



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

Journalisten als Talkgäste – die Relevanz
von Journalisten als Gäste bei „Im Zentrum“

verfasst von / submitted by

Michaela Höberth, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magistra der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, 2016 / Vienna, 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hausjell

Eidesstaatliche Erklärung:

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe oder Nutzung anderer als der angegebenen Nachweise verfasst habe. Die aus fremden Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht. Die vorliegende Fassung ist identisch mit der eingereichten elektronischen Version.

Wien, September 2016

Michaela Höberth

Danksagung

Das Verfassen der Abschlussarbeit ist die Krönung einer jeden studentischen Laufbahn. Ich habe während dieses Prozesses große Unterstützung erhalten. Allen voran möchte ich mich bei meinem Betreuer Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hausjell bedanken: Er hat mich wissenschaftlich auf den richtigen Weg geführt. Die Idee zu der Arbeit ist gemeinsam mit dem leider viel zu früh verstorbenen Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas entstanden, der mir in meiner Zeit an der Universität stets große Freude an dem Fach und der wissenschaftlichen Auseinandersetzung vermittelt hat. Auch Prof. Dr. Anja Hartung hat mir wichtige Inputs zu meiner Abhandlung gegeben.

Unentbehrlich waren in der Zeit der Ausarbeitung jedoch auch meine Familie und meine Freunde. Ich möchte mich besonders bei meiner Mutter Barbara bedanken, die immer ein offenes Ohr für mich hatte. Auch meine Schwester Uschi ist mir stets zur Seite gestanden und hat mir Zuversicht gegeben. Besonders schön war es, die intensive Zeit des Studienabschlusses mit meiner besten Freundin Barbara Piller zu teilen; sie hat mich stets motiviert und mir über alle Zweifel hinweggeholfen, wofür ich ihr unendlich dankbar bin.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Forschungsfragen und methodisches Vorgehen	5
3. Theoretischer Hintergrund.....	7
3.1 Politische Diskussionsformate	7
3.1.1 Forschungsstand.....	7
3.1.2 Diskussionen im TV – Abgrenzung und Formen	8
3.1.3 Kritik an politischen Diskussionssendungen	9
3.1.4 Politainment - Fernsehunterhaltung als Chance für die Politik	12
3.2 Die Inszenierung von politischen Diskussionsformaten.....	15
3.2.1 Studio und Setting.....	16
3.2.2 Kamera und Regie.....	17
3.2.3 Einladungspolitik	19
3.2.4 Die Moderation	20
3.2.4.1 Aufgaben des Moderators.....	22
3.2.4.2 Rollen des Moderators.....	23
3.2.4.2 Rollenkampf und Rollenkonflikte	24
3.3 Journalisten als Talkgäste: Parkett frei für die Alphatiere.....	25
3.3.1 Das journalistische Starsystem - von einem neuen, problematischen Journalismus	25
3.3.2 Journalisten, die Medienpersönlichkeiten schlechthin	30
3.3.3 Die journalistische Persönlichkeit.....	31
3.3.4 Selbstreferenz- Wenn Medien über Medien reden	35
4. Die Erhebung	38
4.1 Die Sendung „Im Zentrum“	38
4.2 Die Zählung.....	39
4.2.1 Das Untersuchungsdesign.....	39
4.2.2 Die Auswertung	39
4.3 Die Fragebogenerhebung	42

4.3.1	Das Untersuchungsdesign.....	42
4.3.2	Subjektive Medientheorien	43
4.3.3	Zusammenfassung und Analyse	44
4.4	Das Gespräch	50
4.4.1	Das Experteninterview	50
4.4.2	Die Auswertung	53
5.	Conclusio und Forschungsausblick.....	62
6.	Verwendete Quellen	65
7.	Abstract	72
8.	Anhang.....	73
8.1	Sendungsanalyse	73
8.2	Gesprächsprotokoll	83

1. Einleitung

Wer im Fernsehen talkt, über den wird gesprochen - ein Prinzip, das vor allem Politiker gerne für sich verwenden. Möglichkeiten zu Fernsehauftritten gibt es heutzutage ja genug: Ob in öffentlich-rechtlichen oder auf privaten Sendern, in klassischen Personality-Talkshows oder bei politischen Diskussionsrunden: Wer sich im Fernsehen zeigt, dem ist Aufmerksamkeit sicher. Immerhin bietet kein anderes Medium die Möglichkeit, auf einem Schlag eine so große heterogene Gruppe zu erreichen. Und wenn man Glück (oder Pech) hat, dann finden sich die eigenen Aussagen schon am nächsten Morgen auf Facebook, YouTube und Co. wieder.

Talk im Fernsehen ist somit ein Phänomen für sich. Kein Wunder also, dass sich auch die Wissenschaft seit Mitte der 80er Jahre gerne mit diesem Feld befasst. Geht es um die Aktanten von Diskussionsrunden, dann zeigt der Forschungsstand einen klaren Fokus: Am liebsten forscht man zu den Politikern, deren - unterstellter - Hang zur Selbstdarstellung immer wieder für Zündstoff sorgt. Auch die Rolle des Moderators ist eine interessante; er nimmt eine Sonderstellung ein, hat er doch gegenüber den Diskutanten klare Privilegien, aber auch Pflichten.

Wer jedoch sonst noch in den TV-Runden mitdiskutiert, darüber schweigt die Literatur. Das soll diese Forschungsarbeit ändern. Sie befasst sich mit den Journalisten, die sich an Fernsehdiskussionen beteiligen. Aber nicht etwa in Form der Redaktion, der Moderation oder, wie es auch gerne gehandhabt wird, als außenstehender Analysator, sondern als Gäste in politischen Gesprächsrunden. Ziel ist es, mehr über ihre Relevanz in der politischen Diskussionssendung „Im Zentrum“ herauszufinden.

Dazu wird zunächst ein Überblick über bestehende Theorien gegeben, die in diesem noch unberührten Forschungsfeld von Nutzen sein können. Dann wird in medias res gegangen: Anhand der ORF-Sendung "Im Zentrum" soll untersucht werden, wie relevant Journalisten als Talkgäste für das Format sind. Drei verschiedene empirische Zugänge sollen es erlauben, ein Bild der aktuellen Situation zu zeichnen: In einer Auswertung der Sendungen von 2011 bis 2015 wird sich zeigen, wie viele und welche Journalisten zu welchen Themen eingeladen wurden. Anhand dieser ersten Sammlung von Daten kann analysiert werden, ob tatsächlich ein vermutetes "Starsystem" hinter der Einladungspolitik der Sendung steckt und wie sich dieses in einem Vergleich zur Präsenz

politischer Vertreter bewerten lässt.

In einem zweiten Schritt werden Journalisten, die bei "Im Zentrum" zu Gast waren, mittels einer Fragebogenerhebung zu ihren Erfahrungen und Einschätzungen befragt. Letztlich darf auch die Perspektive der Sendungsmacher nicht fehlen, der mit einem Experteninterview Folge geleistet wird.

All diese Daten und Aussagen sollen es erlauben, das untersuchte Phänomen fassbar zu machen. Damit wird der Zenit der möglichen Forschungsansätze jedoch längst nicht erreicht sein: Was sich noch zu dem Thema beitragen lässt, wird in einem abschließenden Fazit erläutert.

Der Einfachheit halber wird in der gesamten Abhandlung auf eine Genderisierung verzichtet. Mit der männlichen Form sind jeweils beide Geschlechter gemeint. Außerdem sei darauf hingewiesen, dass diese Ausarbeitung auf einem bereits durchgeführten Forschungsprojekt basiert; Teile der theoretischen Abhandlung sowie die Untersuchung der Sendungen aus dem Jahre 2011 stammen demnach teilweise aus dieser vorangegangenen Beschäftigung mit dem Thema.

2. Forschungsfragen und methodisches Vorgehen

Der Reiz dieser Arbeit liegt darin, dass es bisher keine Erhebungen zu dem Forschungsgebiet gibt. Daher ist es wichtig, zu aller Anfang Daten zu sammeln. Mittels einer tabellarischen Darstellung sollen alle Sendungen von "Im Zentrum" aus dem Jahre 2012 untersucht werden, bei denen Journalisten zu Gast waren. Dabei werden folgende Punkte ausgearbeitet:

- *Thema und Datum der Sendung*
- *Themenbereich*
- *Teilnehmer*
- *Beteiligter Journalist / beteiligte Journalisten*
- *Jeweiliges Medium*

Damit sollen folgende Forschungsfragen beantwortet werden:

- *Wie häufig werden Journalisten zu "Im Zentrum" eingeladen?*
- *Zu welchen Themen werden sie als Diskussionsteilnehmer gebeten?*
- *Gibt es auch unter den Journalisten so genannte "bon clients" oder „Talkshowmeister“, also Gäste, die regelmäßig zu der Sendung eingeladen werden?*

Mit dem letzten Punkt sollen auch Rückschlüsse auf ein eventuell bestehendes journalistisches Starsystem gezogen werden.

Die Fragebogenerhebung zielt darauf ab, mehr über die Erfahrungen und Motive der geladenen Journalisten zu erfahren. Dabei wurden folgende Fragen an elf ausgewählte Journalisten, die bereits mehrmals bei "Im Zentrum" zu Gast waren, gestellt:

- *Warum nehmen Sie an den Gesprächsrunden von "Im Zentrum" teil?*
- *Was muss man mitbringen, um in einer TV-Diskussion dabei sein zu können?*
- *Was qualifiziert Sie Ihrer Meinung nach als guten Talkgast?*
- *Was macht Journalisten überhaupt zu geeigneten Talkgästen?*
- *Hat sich Ihr Auftritt bei "Im Zentrum" auf Ihre Arbeit ausgewirkt?*
- *Wie bewerten Sie die Einladungspolitik bei "Im Zentrum": Ist die Anzahl der Journalisten richtig gewählt? Könnte die Auswahl vielfältiger sein?*

Die Ergebnisse dieser Erhebung bilden eine wichtige Basis für das finale Untersuchungselement, das Experteninterview. Die Moderatorin der Sendung Ingrid Thurnher sowie der Sendungsverantwortliche Robert Stoppacher werden dafür zu Verfügung stehen. In einer abschließenden Analyse werden ihre Antworten vor dem Hintergrund der theoretischen Abhandlung interpretiert und Rückschlüsse auf die erhobenen Daten und Aussagen gezogen.

Für die Analyse dieser Daten braucht es zunächst jedoch eines: Einen Überblick über den bisherigen Forschungsstand zu Diskussionsformaten im Allgemeinen. Annahmen, die in einem anderen Untersuchungsrahmen getroffen wurden, sollen nun der Interpretation der neuen Erkenntnisse dienen. Im folgenden Part wird demnach auf die als relevant erachteten theoretischen Grundlagen eingegangen.

3. Theoretischer Hintergrund

3.1 Politische Diskussionsformate

3.1.1 Forschungsstand

Es sind zwei Dinge, die einem bei der Begutachtung der Forschungsliteratur sofort ins Auge stechen: Erstens lässt die Wissenschaft an Diskussionsformaten nur selten ein gutes Haar, und zweitens stehen vor allem Politiker im Zentrum des Forschungsinteresses. Das war schon bei den frühen Studien und Aufsätzen von Holly, Kühn und Püschel (1989) und Pierre Bourdieu (1998) so. Es gibt viele Studien, die sich mit Diskussionen in Wahlzeiten oder Elefantenrunden befassen. Kein Wunder, lässt sich doch bei solchen Zusammentreffen ideal das Verhalten von Politikern untersuchen. Gerne greift die Kommunikationswissenschaft dabei auf Imageforschung, rhetorische Merkmale oder medienwissenschaftliche Grundlagen zurück. Von den regelmäßig ausgestrahlten TV-Diskussionen liest man grundsätzlich nur wenig.

Ebenfalls häufig untersucht wurde die Rolle des Moderators; er nimmt in TV-Diskussionen eine privilegierte Rolle ein, wodurch Rollenkämpfe und –konflikte vorprogrammiert sind (vgl. Posselt/Rieglhofer, 1996). Wenig gibt es aus Sicht der Rezipienten: Allen voran beschäftigte sich Annette Fahr (2008) mit diesem Thema. Fragen wirft auch immer wieder die Klassifizierung der verschiedenen Diskussionsformate auf, was im nächsten Kapitel näher behandelt wird. Meist entstehen dabei Fallstudien, verallgemeinernde Werke finden sich weniger. Vor allem Aufsatzsammlungen beschäftigen sich mit TV-Diskussionen (z.B. Tenscher/Schicha, 2002). Überblicke leisten zumeist die Universitäten.

Was die Rolle von Journalisten als Talkgäste betrifft, stößt man in der Wissenschaft auf gähnende Leere. Meist wird ihre Rolle nur dann diskutiert, wenn sie als Moderator fungieren. Das gilt nicht nur für den deutschsprachigen, sondern auch für den internationalen Raum, wo man in den Datenbanken keine Ergebnisse zu diesem Forschungsanliegen findet. Theoretisch wird in der folgenden Abhandlung demnach das Pferd von hinten aufgezäumt – bereits getroffene Forschungserkenntnisse werden auf die Rolle von Journalisten in der Diskussionssendung „Im Zentrum“ umgelegt.

3.1.2 Diskussionen im TV – Abgrenzung und Formen

Das Reden im Fernsehen kennt viele Ausgestaltungen. Wo jedoch die Grenzen zwischen den einzelnen Formaten verlaufen, darüber scheiden sich auch bei den Wissenschaftlern die Geister. Das beginnt schon beim bloßen Sendungsbegriff: Diskussionsformaten werden meist seriöse Themen zugeschrieben, Talkshows gelten als boulevardesk. Eine Trennung, die beispielsweise Fley jedoch nicht für zielführend hält (vgl. Fley, 1997: S. 18f.). Immerhin beschreibe das Wort „Talk“ im Englischen nichts anderes als ein Gespräch. Eine Unterscheidung nach Seriosität sei vor allem im Hinblick auf den Rezipienten nicht sinnvoll, da sich Unterhaltung und Information ja nicht zwangsläufig ausschließen müssten (vgl. Fley, 1997: S. 18).

Doch ob Diskussion oder Talk: Einige Merkmale haben alle Gesprächsformate gemeinsam. Melanie Stocker fasst in ihrer im Jahre 2011 herausgegebenen Magisterarbeit die „zentralen Charakteristika“ (Stocker, 2011: S. 17) wie folgt zusammen:

- *Themen- oder personenbezogenes Gespräch mit einem oder mehreren Gästen als dominanter Bestandteil der Sendung,*
- *Verarbeiten nonverbaler Kommunikation durch Kamera und Bildregie,*
- *zentrale Rolle des Moderators,*
- *mit oder ohne Saalpublikum,*
- *Möglichkeit zur parasozialen Teilhabe (Zuschauer kann nicht mitreden, aber für Gesprächsteilnehmer oder Meinungen Partei ergreifen) und*
- *gewisse Freiheit im Ablauf*

Was die Ausformungen vom Reden im Fernsehen angeht, hat Tenscher (vgl. 2002: S. 62f.) drei Typen ausgearbeitet. Er unterscheidet:

- *Politische Diskussions- und Interviewsendungen*
- *Politische Talkshows*
- *Nicht-politische Talk- und Unterhaltungsshow*

Während sich Erstere auf politische Themen auf sachlicher Ebene fokussieren, kommen bei den politischen Talkshows auch unterhaltende Elemente dazu. Das spiegelt sich auch in der Gästepolitik wieder, die weitaus breiter gefächert ist als in Diskussions- und

Interviewsendungen, bei denen zumeist Politiker oder politiknahe Diskutanten zu sehen sind. Nicht-politische Talk- und Unterhaltungsshow hingegen dienen vor allem der Unterhaltung des Publikums, ihre Inhalte sind deutlich personalisierter und weniger auf Fakten als auf Emotionen aufgebaut.

Gerne werden Diskussionsformate auch nach ihren Inhalten getrennt. Plake unterscheidet zwischen der Debattenshow/dem Forum (politische Inhalte), der Personality-Show und der Bekenntnisshow, in denen jeder sein Herz ausschütten kann oder über sein Schicksal berichtet (vgl. Plake, 1999: S. 32 ff.). Im Hinblick auf die weitere Untersuchung scheint der Begriff der Debattenshow am dienlichsten zu sein, da er die Sendung „Im Zentrum“ in ihren wesentlichen Zügen beschreibt: Es geht vorwiegend um Politik und andere Fragen von öffentlichem Interesse. Die Gäste kommen aus unterschiedlichen Bevölkerungssegmenten.

„Zum Beispiel sind es die von einer politischen Maßnahme besonders Betroffenen, die ihre Erfahrungen und Emotionen einbringen. Sodann wären Angehörige von Organisationen oder von Bewegungen und Bürgerinitiativen zu nennen, die als Sprecher auftreten, häufig sekundierte von Gleichgesinnten. Auch die Experten haben eine wichtige Funktion, indem sie in kritischen Momenten Informationen nachliefern und damit die Atmosphäre entspannen. Darüber hinaus wirken, gewissermaßen von Berufs wegen, Politiker mit, und zwar sowohl Spitzenpolitiker als auch die Entscheidungsträger vor Ort. Andere Prominente treten dagegen nur dann auf, wenn sie sich auf einschlägigen Politikfeldern (...) bereits engagiert haben.“ (Plake, 1999: S. 32)

Die Sendung ist darauf ausgerichtet, den „Eindruck eines demokratischen Diskurses entstehen zu lassen“ (Plake, 1999: S. 32). Es geht darum, wer die besseren Argumente hat.

3.1.3 Kritik an politischen Diskussionssendungen

Es wurde schon eingangs erwähnt: Zwar beschäftigt sich die Wissenschaft gerne mit Diskussionsformaten, wertschätzen tun sie viele Autoren aber nicht. Das liegt vor allem an dem Inszenierungscharakter, der Diskussionssendungen eigen ist. „(...) politische

Fernsehdiskussionen sind keine Diskussionen im Fernsehen, sondern lediglich deren Inszenierung, letztlich zum Zwecke der Propaganda“, meinen dazu Holly, Kühn und Püschel (1989: S. 1). Damit spielen sie bereits auf den Diskussionsbegriff an, der ihrer Meinung nach von den Formaten missbraucht wird.

„Man will vom Hochwert dieser klassischen Gesprächssorte profitieren, die aus der Wissenschaft kommt und eine ehrwürdige aufklärerisch-politische Tradition vorzuweisen hat. Diskussionen sind nun einmal das demokratische Verfahren schlechthin, zur Meinungsbildung und Entscheidungsfindung gleichermaßen exklusiv legitimiert.“ (Holly/Kühn/Püschel, 1989: S. 4).

Eine Diskussion im Fernsehen entspräche in keinsten Weise dem Ideal eines Gespräches, das Kooperation, Argumentation und Gegenargumentation sowie Informativität voraussetzen würde (vgl. Fahr, 2008: S. 22). Schuld daran sind nicht nur die Aktanten (allen voran die Politiker), denen es um die Selbstdarstellung geht, sondern auch die spezifischen Eigenheiten, die durch das transportierende Medium vorgegeben werden.

„Ich habe zu Anfang vorgebracht, daß (sic!) mit dem Auftritt auf dem Bildschirm eine regelrechte Zensur verbunden ist, ein Verlust an Autonomie, was unter anderem daran liegt, daß (sic!) das Thema und die Voraussetzungen vorgegeben sind, unter denen etwas mitgeteilt werden kann, und vor allem, daß (sic!) die beschränkte Redezeit derart einengt, daß (sic!) sehr wahrscheinlich gar nichts gesagt werden kann.“ (Bourdieu, 1998: S. 19)

Des Weiteren herrschen ökonomische wie politische Zwänge, die auch Holly, Kühn und Püschel erkennen:

„Dazu kommen die Besonderheiten des Mediums (Setting, Bildgestaltung, Personalisierung, Professionalisierung, Starkult usw.) und die spezifischen historisch-institutionellen Gegebenheiten und Medienverfassungswirklichkeit, d.h. in den öffentlich-rechtlichen Anstalten die Faktoren Parteieinfluß und –kontrolle, Programmauftrag, Einschaltquoten, Ausgewogenheit und dergleichen, in den privaten Sendern die befürchteten Folgen von Kommerzialisierung, Unausgewogenheit, Entpolitisierung, usw. Vor allem aber zählt die Tatsache, daß (sic!) alles vor einem in der großen Mehrzahl weit entfernten, verstreuten und

sehr heterogenen Publikum abläuft, das kaum Möglichkeiten der Rückmeldung hat.“ (Holly/Kühn/Püschel, 1989: S. 2)

Tatsächlich spielt das Publikum für TV-Diskussionen eine entscheidende Rolle, ist es doch die Antriebsfeder des Formats und deren Gäste. Denn alles Handeln der Aktanten ist auf die Gunst der Zuschauer ausgerichtet, vor allem Politiker geht es darum, sich bei den Wählern zu behaupten: „Die Talkshow ist für die Macht- und Einflußreichen (sic!) ein Ort der Bewährung“, befindet Plake (1999: S. 103). Fahr spielt auf die Wichtigkeit des Publikums für TV-Diskussionen an: „Ohne das Publikum würden solche Gespräche gar nicht stattfinden. Die politischen Akteure sind sich dieses Potenzials bewusst. Ihre Reden sind stets doppelt adressiert – an den Gesprächspartner gegenüber und an das Fernsehpublikum zuhause“ (Fahr, 2008: S. 20). Das zwischenmenschliche Handeln wird in Diskussionssendungen also nur vorgetäuscht, wie Plake (1999, S. 102) kritisiert.

Für Holly, Kühn und Püschel ist das Fernsehen damit ein Spielfeld der politischen Propaganda. Wo sonst könnte man mehr Menschen auf einen Schlag mit seinen Botschaften erreichen? „(...) dabei sind sogenannte „Diskussionen“ neben den eine Minute 20-Häppchen-Statements die besten Gelegenheiten zu wirkungsvoller Bildschirmpräsenz.“ (Holly/Kühn/Püschel, 1989: S. 1). Mit dem Fernsehen lassen sich auch Bürger erreichen, die nicht politisch tätig oder überhaupt an Politik interessiert sind. Durch einen TV-Auftritt können Politiker die Berichterstattung von innen und von außen beeinflussen, wie es Fahr (vgl. 2008, S. 17) beschreibt: Mit professioneller Öffentlichkeitsarbeit versucht der Politiker, Themen zu setzen. Beispiele dafür sind Parteitage, Auslandsreisen oder Pressemitteilungen. Allerdings fungieren Journalisten hierbei als Schleusenwärter. Nicht immer werden Informationen wie gewünscht weiter verbreitet. Wenn er jedoch an Fernsehdiskussionen teilnimmt, bieten sich weitaus mehr Einflussmöglichkeiten auf Inhalt, Form und Teilnehmerstruktur (Schicha/Brosda, 2002: S. 20; nach Fahr, 2008: S. 17).

„Macht und (verbale) Selbstdarstellung gehören zusammen und bedingen sich gegenseitig“, merkt Plake an (1999: S. 103). Und wer im Fernsehen auftritt, der hat Macht und Hunger nach Selbstdarstellung. „Der Bildschirm wurde auf diese Weise eine Art Spiegel des Narziß (sic!), eine Stätte narzißstischer (sic!) Zurschaustellung“, kritisiert Bourdieu (1998: S. 17).

3.1.4 Politainment - Fernsehunterhaltung als Chance für die Politik

Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit - darum geht es also in der Politik. Was zählt, ist möglichst viele Menschen zu erreichen. Doch mit sachlichen Argumenten macht man dabei keine großen Sprünge; viel weiter kommt hingegen, wer auf Unterhaltung setzt.

"So ganz neu ist die diese Entertainisierung in der Politik nicht. Allerdings ist seit einigen Jahren ein verstärkter Drang der Politik zum Entertainment zu verzeichnen. Es stellt sich also die Frage, ob die Politik heute mehr auf Unterhalten als aufs Überzeugen setzt." (Holtz-Bacha, 2004: S. 25)

Dabei bildet das Fernsehen die ideale Plattform, kann man als Politiker dort doch zugleich gesehen und gehört werden. Und wo ließen sich mehr Menschen mit einem Schlag erreichen, als über das Fernsehen? Das wissen nicht nur die Politiker, sondern auch die Sendungsmacher. Kein Wunder also, dass der Trend zur Unterhaltung auch vor den als seriös geltenden politischen Diskussionsformaten keineswegs Halt macht:

"Im Laufe der Zeit ist das Unterhaltungselement jedoch auch bei den Debattenshows stärker gewichtet worden. Dies ist nicht zuletzt durch die wachsenden Selbstdarstellungsfähigkeiten der mitwirkenden Politiker bedingt, die in einer zunehmend amerikanisierten Medienkultur die Machtpotentiale des Politainment entdeckt haben." (Dörner, 2001 : S. 137)

Der Begriff Politainment orientiert sich am Ausdruck "Infotainment" (vgl. Nieland/Kamps, 2004: S. 12). Dörner beschreibt den Begriff im Vorwort seines gleichnamigen Buches als "Zusammenspiel von Politik und Unterhaltungskultur, das sich - teilweise nach amerikanischen Vorbild - in den 90er Jahren hierzulande herausgebildet hat. Politiker suchen bei unsicher gewordenen Wählermärkten den Kontakt zum Publikum im Unterhaltungsformat, während Unterhaltungsmacher politische Themen und Settings zur Steigerung von Marktteilen nutzen." (Dörner, 2001: S. I)

Warum sich Politik und Unterhaltung vermischen, fasste Holtz-Bacha (2004: S. 27) in drei wesentlichen Punkten zusammen:

a) *"Wahlkampf lohnt sich wieder"*: Die Wähler sind unberechenbar geworden. Sie lassen sich nicht mehr eins zu eins einer Fraktion zuordnen, wie es früher oft anhand soziodemographischer Daten möglich war. Wer und welche Partei gewählt wird, wird immer kurzfristiger entschieden. Das heißt aber auch, dass sich im Wahlkampf Stimmen holen lassen - und dieser wird eben über die Medien geführt (vgl. Holtz-Bacha, 2004: S. 27 f.).

b) *"Die Komplexität der Politik macht veränderte Verkaufsstrategien notwendig"*: Politik ist kompliziert geworden. Viele Themen sind zu abstrakt, als dass sich der Wähler dadurch betroffen fühlt. Auch der politische Umsetzungsprozess ist mittlerweile weit verzweigt, viele Entscheidungen können Politiker gar nicht eigenständig treffen. So richtet man die Konzentration der Wähler lieber auf Personen als auf Sachthemen. "Personalisierung in der Selbstdarstellung der Politik bietet sich auch deshalb an, weil sie damit den Aufmerksamkeitskriterien der Medien und der Wählerschaft entgegenkommt. (...) Durch Personen wird Politik konkret." (Holtz-Bacha, 2004, S. 30)

c) *"Individuelle Karriereinteressen der Politiker"*: Ein Politiker lebt nun einmal von seiner Prominenz. Sie ist die "Währung, mit der man Karriereerfolg kaufen kann" (Holtz-Bacha, 2004: S. 30). Dabei ergibt sich ein Wechselspiel zwischen Prominenz und Medien: Vor allem durch Fernsehauftritte wird man prominent, und wer prominent ist, der ist auch interessant für die Sendungsmacher. Allerdings müssen Politiker hart an ihrer Prominenz arbeiten, wollen sie diesen flüchtigen Zustand erhalten (vgl. Holtz-Bacha, 2004, S. 30).

Auch wenn Politainment damit alles andere als ein neues Phänomen darstellt, lässt es sich derzeit in Österreich besonders stark beobachten: Noch nie wurde in einem Bundespräsidenten-Wahlkampf mehr informiert, als bei den Wahlen 2010. Unterhaltung und Information werden dabei untrennbar miteinander verbunden; man denke an die "Wahlfahrt", die der renommierte ORF-Journalist Hanno Settele in einem alten Mercedes mit den Spitzenkandidaten unternimmt. Demnach können und wollen auch die öffentlich-rechtlichen Sender bei ihrer Politikvermittlung nicht auf unterhaltende Elemente verzichten. Denn Unterhaltungsöffentlichkeiten bieten, wie Dörner erläutert, unbestreitbare Vorteile für die Medienmacher: In einer Gesellschaft, die zur Individualisierung und Fragmentierung neigt, erfüllt sie die Funktion des "Interdiskurses". "Interdiskurse stellen eine gemeinsame Zeichenwelt zur Verfügung, die einzelne

Spezialdiskurse überschreitet und so eine Infrastruktur für das gemeinsame Gespräch zur Verfügung stellt". (Dörner, 2001: S. 98). Oder einfacher gesagt: Unterhaltende Formate bieten Gesprächsstoff, der von den unterschiedlichen Wissensniveaus unabhängig ist (vgl. Dörner, 2001, S. 98). Hinzu kommt, dass "die Erreichbarkeit der Kommunikationsteilnehmer, das ist die entscheidende Pointe, im unterhaltungskulturellen Interdiskurs besonders groß (ist)." (Dörner, 2001, S. 99)

Zudem schaffen es Unterhaltungsformate immer wieder, Themen in der Gesellschaft zu etablieren, was in der Wissenschaft mit "Agenda Setting" beschrieben wird. Es erfolgt also eine "Anschlusskommunikation" (Dörner, 2001, S. 100), die von den Sendungsmachern durch Foren und die aktive Einbindung des Rezipienten auch forciert wird. "Massenmediale Kommunikation ist keineswegs eine Einbahnstraße, an deren Ende eine "schweigende Menge" steht. Die Menge oder besser: die Pluralität der Mediennutzer setzt ihre Erlebnisse in kommunikative und interaktive Praxis um." (Dörner, 2001, S. 100).

Des Weiteren haben Unterhaltungsöffentlichkeiten die Eigenschaft, einen breiten Konsens der öffentlichen Meinung herzustellen. Außerdem lassen sich durch die mediale Inszenierung auch "politisch-kulturelle Traditionsbestände" (Dörner, 2001, S. 104) absichern. Das kann auf viele Wege passieren: Dokumentationen nehmen hier ebenso Einfluss wie Spielfilme oder Serien über historische Figuren und Ereignisse (vgl. Dörner, 2001: S. 104 f.). Eine Funktion, die sich vor allem die Politik zu Nutze machen kann, ist die Inszenierung von Identitäten: Im Zeitalter der Massenmedien werden diese stärker durch den Medienkonsum als durch persönliche Kontakte gebildet (vgl. Dörner, 2001, S. 106). Damit sind sie ein wichtiger Nährboden für politischen Erfolg, der eine kollektive Identität benötigt:

"Politische Identität ist stets eng gekoppelt mit kollektiver Identität, sei es die einer Nation, einer Ethnie, einer Klasse oder eines politischen Milieus, einer Generation oder eines Geschlechts." (Dörner, 2001, S. 107).

Schließlich trägt die Unterhaltungsöffentlichkeit trotz des großrahmigen Angebots an Medieninhalten auch zur Integration bei. Sie "eröffnet gemeinsame Kommunikationsräume, steuert und bündelt Aufmerksamkeiten, bietet Schnittstellen für gemeinsame Anschlußkommunikation (sic!), stiftet orientierungsfreundliche öffentliche

Meinungen, stellt politisch-kulturelle Traditionsbestände auf Dauer und bietet Modelle individueller und kollektiver Identität an." (Dörner, 2001, S 108).

Vor diesem Hintergrund ist es also wenig verwunderlich, dass Politiker ins Fernsehen streben, um sich diese Funktionen zu Nutze zu machen. Dabei geht es auch in politischen Diskussionen weniger um Kompetenz denn die richtige Präsenz:

"Nicht die zwanglose Rationalität des besseren Arguments, sondern die strategisch formulierten Statements von PR-Profis beherrschen den Diskurs. Nicht Experten oder sachkundige Laien kommen hier hauptsächlich zu Wort, sondern "Repräsentanten" und "Advokaten", deren Beitragsstil meist im Bereich der Verlautbarungs- und Agitationskommunikation verbleibt - nur daß (sic!) sie für ihre Stellungnahmen hier etwas mehr Zeit haben als bei den sonst üblichen "Soundbites" am Interviewmikrofon." (Dörner, 2001:, S. 139).

3.2 Die Inszenierung von politischen Diskussionsformaten

Fernsehdiskussionen sind inszenierte Gespräche, die einem eigenen Regelwerk folgen. Damit sind sie für Holly, Kühn und Püschel als eine „neue medienspezifische Gesprächssorte“ (Holly/Kühn/Püschel, 1989: S. 2) zu sehen, fernab von dem Ideal, das der alltägliche Begriff der Diskussion voraussetzen würde. Auch Plake betont, dass man TV-Diskussionen als Gesprächsform sui generis betrachten und vom alltäglichen Gespräch abgrenzen müsse:

„TV-Unterhaltungen sind also keine gemütliche Plauderei, keine erregte Debatte auf dem Rathausplatz und schon gar nicht ein vertrauliches Gespräch mit einem Freund oder Therapeuten. Sie folgt vielmehr ihren eigenen „Gesetzen“, bleibt also auch dann noch Show, wenn sie sich in ihrem Szenario ganz auf ernsthafte Sachlichkeit, auf Intimität, auf Freundschaft oder gepflegte Geselligkeit einstellt.“ (Plake, 1999: S. 10)

Der Showcharakter ergibt sich dabei nicht nur aus der bereits angesprochenen Selbstdarstellung der Gäste, sondern vor allem aus der Tatsache, dass die Gespräche fernsehtauglich gemacht wurden. Dem stehen sowohl die Talkgäste selbst als auch der Rezipient machtlos gegenüber:

„Denn die Talkshow wird nicht von souveränen Gesprächsteilnehmern, sondern von einer geschickten Regie, vom manipulativen Geschick der verantwortlichen Redakteure, von der Auswahl der Gäste und der Gesprächsführung, den Pausen, der Kameraführung und möglicherweise auch von Entertainment-Einlagen bestimmt. Vor und während des Gespräches spielt sich weit mehr ab als die freie Meinungsäußerung der Diskutanten. Schon bevor das Wort an den ersten Gast erteilt ist, sind zahlreiche strategische Entscheidungen zum Gesprächsverlauf getroffen worden, wovon die Teilnehmer und das Publikum vielfach gar nichts ahnen.“ (Plake, 1999: S. 95)

Im folgenden Teil soll ein Blick hinter die Kulissen von TV-Diskussionen geworfen und erläutert werden, welchen Einfluss diese auf das Gespräch nehmen.

3.2.1 Studio und Setting

Die Aufmerksamkeit ist in der Welt des Fernsehens das höchste Gut. Die Sendungen stehen in einem steten Konkurrenzkampf, so auch die Diskussionsformate. Man braucht ein Alleinstellungsmerkmal, um sich gegen andere, oft ähnlich ausgelegte Formate behaupten zu können. Ein eigenes Logo und eine markante Einstiegsmusik allein reichen da bei Weitem nicht. Auch das Setting einer Diskussionssendung ist entscheidend: Wenn der Zuschauer durch die Kanäle zappt, muss ihm sofort klar sein, welchen Sender und welches Format er vor sich hat. Da die meisten Diskussionsformate einen Seriencharakter haben, ist ein Alleinstellungsmerkmal in der Aufmachung unabdingbar. Immerhin soll sich der tägliche oder wöchentliche Sendetermin bei den Zusehern als ein Ritual einbürgern.

Das Setting ist somit die Visitenkarte einer TV-Diskussion. Je nachdem, welches Format man präsentieren möchte, kann das Studio unterschiedlich gestaltet werden. Bei politischen Diskussionen wird beispielsweise darauf geachtet, Seriosität durch die Aufmachung zu signalisieren. Das kann sowohl über Farben und Licht, als auch über das Equipment einer Sendung passieren, die dem Raum Atmosphäre verleihen (vgl. Steinbrecher/Weiske, 1992: S. 50f.). Schließlich macht es einen Unterschied, ob die

Teilnehmer stehen oder auf gemütlichen Polstermöbeln Platz nehmen dürfen und wie die Teilnehmer angeordnet werden.

Fley unterscheidet hierzu zwischen einer sichelförmigen, einer kreisförmigen, einer konfrontativen Anordnung oder ob die Teilnehmer vis-à-vis stehen. Jede Variante hat Vor- und Nachteile für die Kameraführung, aber auch für die Einwirkung des Moderators auf den Gesprächsverlauf. In politischen Diskussionssendungen kommt zumeist die konfrontative Anordnung zum Einsatz, bei der sich die gegnerischen Positionen gegenüber sitzen. Der Moderator wird im Zuge seiner übergeordneten Rolle meist an den Kopf der Runde gesetzt, von wo aus er auch leichter eingreifen kann (vgl. Fley, 1997: S. 90ff.) „Nicht zuletzt die Sitzordnung ist ein Indiz für den Mut einer Redaktion zur Spontaneität“, merken Steinbrecher und Weiske (1992: S. 61) an.

3.2.2 Kamera und Regie

Die Kameraführung bestimmt, was der Zuschauer von der Diskussion zu sehen bekommt. Sie ist gleichsam sein Auge. Allerdings hat der Rezipient auch keine Möglichkeit, die Kamera zu beeinflussen; er ist somit zu hundert Prozent von der Kameraführung und von der Regie abhängig.

„Der Stil der Regie prägt eine Talkshow“, betonen Steinbrecher und Weiske (1992: S. 56). Durch die Kamera und den Bildschnitt lässt sich die Dynamik einer Sendung stark beeinflussen: Meist verlaufen der Ein- und Ausstieg in die Sendungen ruhig. Wenn es jedoch im Gespräch zur Sache geht und Konflikte entstehen, muss die Kamera mit den Wortwechseln mithalten. Auch Kamerafahrten und Zooms werden eingesetzt. Wichtig ist auch, auf die Körpersprache einzugehen, da Mimik und Gestik mehr verraten als tausend Worte (vgl. Steinbrecher/Weiske, 1992: S. 57). Doch gerade dieser Anspruch bleibt meistens auf der Strecke, da die Kamera oft langsamer ist als die Reaktion der Gesprächspartner.

Es gibt verschiedene Kameraeinstellungen, die jeweils andere Funktionen erfüllen. Die Wichtigsten sind: (vgl. movie-college: <http://www.movie-college.de/filmschule/filmgestaltung/einstellungsgroessen.htm>):

Die Totale: Die gesamte Diskussionsrunde wird eingefangen. Meist wird sie dazu eingesetzt, um dem Zuschauer Orientierung zu verschaffen. Außerdem soll mit dieser Einstellung vermittelt werden, dass der Zuschauer Teil der Gesprächsrunde ist (vgl. Holly/Kühn/Püschel, 1989: S. 192).

Die Halbtotale: Zeigt nicht die ganze Gesprächsrunde, sondern nur einen Ausschnitt. Sie wird oft eingesetzt, wenn es zu einem Sprecherwechsel kommt.

Die Nahaufnahme: Hier ist nur ein Diskutant im Bild. Meist wird die Nahaufnahme dann eingesetzt, wenn es zu Wortgefechten kommt. Dabei wird auch gerne das Schuss-Gegenschuss-Verfahren eingesetzt, bei dem die Kamera den Gesprächspartnern beim Wortwechsel quasi über die Schulter blickt. So wird die Illusion einer direkten Teilnahme beim Zuseher erzeugt. Es sollen, wie bei der Detailaufnahme, affektive Reaktionen (vgl. Schicha, 2002: S. 217) eingefangen werden. Für Holly, Kühn und Püschel kann dabei jedoch der Gesprächsrundencharakter verloren gehen bzw. leidet bei zu häufigem Einsatz die Sachlichkeit des Gespräches (vgl. Holly/Kühn/Püschel, 1989: S. S. 188).

Die Detailaufnahme: Die Kamera fokussiert sich auf Hände, Gesicht oder andere Körperpartien eines Teilnehmers. Oft wird sie eingesetzt, um auf „verräterische“ Details, wie beispielsweise einer schwitzenden Stirn, hinzuweisen. Es geht darum, Emotionen zu transportieren.

Die Kamera geht demnach strategisch vor, was vor allem bei Live-Gesprächen zu einer Herausforderung wird. Natürlich werden immer mehrere Kameras zugleich eingesetzt, um eine umfassende Inszenierung zu ermöglichen. Darüber hinaus kann die Kamera auch kommentieren; dabei wird meist eine Person eingeblendet, die derselben Meinung ist wie der Wortführer, es wird eine Verbindung hergestellt (vgl. Schicha, 2002: S. 217). Dass die Kamera als Auge des Zuschauers dient, bringt aber auch Verantwortung mit sich: Es sollen alle Diskutanten die Möglichkeit haben, sich zu präsentieren (vgl. Holly/Kühn/Püschel, 1989: S. 193).

Des Weiteren können externe Elemente wie Tabellen, kurze Beiträge oder Bilder eingeblendet werden. Sie dienen der Vertiefung oder der Ergänzung einer Thematik und

geben dem Gespräch neue Impulse (vgl. Fley, 1997: S. 101). Auch die Namen, Funktionen und Aussagen der Diskutanten werden manchmal eingeblendet. Sie dienen der Orientierung des Zusehers.

3.2.3 Einladungspolitik

Wer bei einer Gesprächsrunde mitdiskutiert, hat erheblichen Einfluss auf die Qualität und Ausgestaltung des Gespräches. Zumeist sind in den Diskussionssendungen doch immer dieselben Gesichter zu sehen. Das hat zu einem großen Teil auch damit zu tun, dass die Parteien immer wieder dieselben Vertreter versenden, immerhin ist nicht jeder kamera- und diskussionstauglich. Aber viele trauen sich den TV-Auftritt auch nicht zu, weshalb immer wieder dieselben Aktanten auf das Parkett geholt werden.

„Manche Leute lädt man gar nicht erst ein; andere lädt man ein, und sie lehnen ab. Schließlich steht die Runde, und das Sichtbare verbirgt das Unsichtbare: Ein konstruiertes Sichtbares zeigt die sozialen Voraussetzungen einer Konstruktion nicht.“ (Bourdieu, 1998: S. 46)

Außerdem kritisiert Bourdieu, dass die Zusammensetzung einer TV-Gesprächsrunde oftmals eine ungleiche ist; es diskutieren Profis mit Amateuren. Nur der Moderator kann diese Problematik beheben. Dafür müsste er aber nachhelfen und somit Partei für die Unbeholfenen einnehmen (vgl. Bourdieu, 1998: S. 45f.)

Im Fernsehen wird nach festgelegten Spielregeln gespielt, die in Gesprächen vor der Sendung abgesprochen werden. Ein Prozess, der dem Zuseher verborgen bleibt. Eine ungezügelter Meinungsäußerung wäre für den Moderator ein zu hohes Risiko, „ja gefährlich“ (Bourdieu, 1998: S. 48). Deshalb setzt man gerne auf altbekannte Gäste, „die man einladen kann, von denen man weiß, daß (sic!) sie sich benehmen werden, daß (sic!) sie keine Schwierigkeiten verursachen, keine Vorfälle provozieren und daß (sic!) sie redeselig sind“ (Bourdieu, 1998: S. 49). Bourdieu nennt diese Gäste „bon clients“, also gute Kunden. Tenscher meint dasselbe, wenn er von den Talk-Show-Meistern (Tenscher, 2002: S. 65) spricht. Doch man kann auch genau aus dem gegenteiligen Grund eine Einladung zu einer Diskussionsrunde erhalten, nämlich dann, wenn man mit an Sicherheit

grenzender Wahrscheinlichkeit skandalöse Sager von sich geben wird und somit für Unterhaltung bei den Gästen sorgt.

„Für einige Zuschauer ist aber gerade ein gewisses Maß an Regelverletzung das amüsante am Polittalk. Es bedient eine gewisse Sensationslust, zu sehen, wie einer den anderen angreift bzw. provoziert. Es ist spannend zu beobachten, wie der Betroffene den Angriff pariert, ob er gute Gegenargumente hat, oder sich mit Humor oder Ironie aus der Affäre zieht.“ (Fahr, 2008: S. 27)

Gespräche in solchen Konstellationen sind zwar spannend, dazulernen werden die Zuschauer dabei aber kaum etwas, wie Posselt und Rieglhofer (1996, S. 29) treffend bemerken.

„Da eine konstruktive Gesprächsentwicklung zumeist kaum stattfindet, darf man von konfrontativen Diskussionen und Interviews nur wenig neue Informationen und Wissenszuwachs erwarten. Dies gilt natürlich nur für den inhaltlichen-sachlichen Bereich. Selbstverständlich lassen sich aus der Form der Selbstdarstellung und den Reaktionen der Kandidaten auf bestimmte Angriffe Schlüsse hinsichtlich Charakter, Kompetenz und Glaubwürdigkeit ziehen.“ (Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 28)

Es ist also die Mischung von kompromissbereiten und kontroversen Gesprächsteilnehmern, die die Qualität eines Gespräches, ganz gleich zu welchem Thema, ausmacht (vgl. Steinbrecher/Weiske, 1992: S. 72). Warum man an TV-Diskussionen teilnimmt, liegt zumeist auf der Hand: Man will politische Botschaften vermitteln, sich selbst darstellen und damit Bekanntheit erreichen oder Werbung für Produkte oder Dienstleistungen machen (vgl. Steinbrecher/Weiske, 1992: S. 73).

Schließlich spielt es auch eine Rolle, ob es ein Studiopublikum gibt oder nicht und in welcher Form dieses eingebunden wird.

3.2.4 Die Moderation

Egal um welche Form von Talkshow es sich handelt: Der Moderator spielt eine entscheidende Rolle und ist das Aushängeschild der Sendung. Er wird „vom Zuschauer

als der Repräsentant der Talkshow anerkannt“ (Steinbrecher/Weiske, 1992: S. 75). Dadurch werden nicht nur seitens der Zuseher, sondern auch vom Medienunternehmen selbst viele Ansprüche an ihn gestellt, die kaum zu erfüllen sind. Umso leichter gerät der Moderator ins Schussfeld der Kritiker:

„In der Pressekritik sind die Moderatoren dem subjektiven Urteil der Kritiker ausgesetzt, die oft gegensätzliche Maßstäbe anlegen. Eindeutige Kriterien für die Aufgabenbereiche eines Talkshow-Moderators sind aber weder in den TV-Anstalten noch in der Wissenschaft entwickelt worden. Allgemeine Richtlinien wären ohnehin kaum sinnvoll, da eine Talkshow auch von dem unverwechselbaren Profil lebt, das entscheidend vom individuellen und möglichst unnachahmlichen Stil des Moderators geprägt wird.“ (Steinbrecher/Weiske, 1992: S. 75)

Bei politischen TV-Diskussionen fungieren meist renommierte Journalisten als Moderatoren. „(Der Moderator) kann professioneller Journalist sein, der beim Sender in einer bestimmten Funktion angestellt ist; er kann aber auch aus einem anderen Berufsfeld – z.B. dem der Wissenschaft oder des Sports – kommen und sekundär (ad hoc oder für die Dauer einer ganzen Senderreihe) die Rolle eines Moderators übernehmen“, so Burger (1991: S. 276). Problematisch ist die Tatsache, dass immer wieder dieselben Diskussionspartner aufeinandertreffen. Dadurch verkommt die Diskussion zu einer Art Stammtisch, in der Altbekannte ihre Köpfe zusammenstecken: „Und wirklich ist das Universum der ständigen Fernseh Gäste eine geschlossene Welt, in der jeder jeden kennt und die einer Logik ständiger Selbstbestätigung folgt“, kritisiert Bourdieu (1998, S. 41).

Grundsätzlich sitzt der Journalist als Moderator zwischen zwei Stühlen, wie Fahr erläutert:

„Der kritische Journalist muss also die Gratwanderung zwischen Konfrontation und Kooperation meistern. Als Gastgeber und Interviewer hat er seine Regeln einzuhalten, muss sich in dem Maße kooperativ zeigen, als er ja von dem Politiker Informationen haben möchte. Als Journalist andererseits hat er die Zielsetzung, den Politiker unter Begründungszwang zu halten, was häufig nur mit mehr oder weniger starker Konfrontation zu bewerkstelligen ist.“ (Fahr, 2008: S. 26)

Dabei spielt auch der Tonfall eine entscheidende Rolle, mit dem der Moderator mehr unbewusst als bewusst den Redeton vorgibt (vgl. Bourdieu, 1998: S. 44). Je nach

Herangehensweise können Diskussionen so zu konfrontativen Gesprächen, gemäßigten Streitgesprächen oder kooperativen Gesprächen ausarten (vgl. Schicha, 2002: S. 213f.)

Posselt und Rieglhofer verstehen den Moderator als Schiedsrichter (vgl. 1996: S. 28). Er ist es, der das Gespräch steuert und ihm durch Zwischenfragen eine neue Wendung gibt. Dabei kann er aktiver oder passiver agieren. „(...) der Moderator (kann) die Teilnehmer nur kurz vorstellen und sich dann praktisch vollständig zurückziehen, oder aber er gibt der Diskussion durch seine Fragestellung und die Weitergabe des Wortes eine Struktur“ (Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 29). Allerdings bemerken die Autoren auch, dass eine passive Haltung schlecht für das Image des Moderators sein kann: „Je unauffälliger ein solcher Moderator in einem Streitgespräch arbeitet, desto besser ist es für die Diskussion; weniger gut ist es für sein Profil, sein Image“ (Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 30).

3.2.4.1 Aufgaben des Moderators

Das Wort Moderator stammt vom lateinischen „moderari“, was so viel wie lenken, leiten oder auch mäßigen bedeutet (vgl. Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 38). Posselt und Rieglhofer sprechen von Handlungsformen, die mit den Aufgaben des Moderators gleichzusetzen sind:

Kontaktherstellende Handlungsformen:

Der Moderator ist für die Begrüßung und die Verabschiedung des Publikums zuständig. Damit nimmt er eine privilegierte Rolle ein. Zudem muss er das Publikum ansprechen, es in das Gespräch einbinden. „Fernsehen wird in den Augen der Fernsehmacher für die Zuschauer interessanter, wenn sie nicht nur Betrachter von etwas, sondern Teilnehmer an etwas werden“ (Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 40).

Strukturelle Handlungsformen:

Es gehört zu den grundlegendsten Aufgaben eines Moderators, dem Gespräch eine Struktur zu geben. Dazu gehören Aktionen wie Überleitungen, zusammenfassen oder auch verweisen. Auch das vorgegebene Zeitbudget muss der Moderator verwalten.

Informierende und kommentierende Handlungsformen

Der Moderator ist das wichtigste Bindeglied zwischen der Gesprächsrunde und dem Rezipienten. Daher muss er in das Gespräch einführen, die Thematik und die Gäste erklären und die Diskussion einleiten. Dabei nimmt er auch eine erklärende und kommentierende Position ein.

3.2.4.2 Rollen des Moderators

„Der Moderator ähnelt in gewisser Weise einem Chamäleon. Er wechselt seine Rollen wie Kleider, und dies nicht nur zwischen den verschiedenen Sendungen, sondern auch in der gleichen Sendung oder während eines Gesprächs“, so Burger (1991: S. 276). Neben seiner strukturellen Rolle nimmt der Moderator auch die Rolle des Gastgebers ein. Zudem ist der Moderator der Institution, vor allem jedoch der Vertretung des Publikums verpflichtet. Als Gesprächsteilnehmer hat er sich im Hintergrund zu halten, ebenso als Gesprächspartner. Falls er aus einem anderen Berufsfeld als aus dem des Journalismus stammt, kann er als Experte seines Berufsstandes sein Wissen in die Diskussion mit einbringen. Ebenso kann der soziale Status des Moderators Einfluss auf das Gespräch nehmen, nämlich dann, wenn die soziale Dominanz des Moderators mit der eines Diskutanten in Konflikt gerät (vgl. Burger, 1991: S. 276 ff.)

Vor allem in der Funktion der strukturellen Rolle hat der Moderator gegenüber seinen Gesprächspartnern klare Vorrechte: Er kann das Gespräch dadurch nämlich auch thematisch steuern. Das hat eine prinzipielle strukturelle Asymmetrie von Mediengesprächen zur Folge (Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 46). Es sind mit dieser Rolle jedoch auch Nachteile verbunden:

„Der Gesprächspartner ist zwar strukturell benachteiligt, was die Rechte der Steuerung anbelangt. Zugleich ist er aber im Vorteil, sofern er das Recht hat, ausführlicher zu reden als der Moderator und seine Person und Argumente ausgiebig zu präsentieren. Er ist im Allgemeinen nicht der Institution verpflichtet wie der Moderator. Insgesamt ist seine Rolle weniger vielschichtig und damit unkomplizierter als jene des Moderators.“ (Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 48)

3.2.4.2 Rollenkampf und Rollenkonflikte

Wo es klare Rollenbilder gibt, da sind auch Konflikte vorprogrammiert. Ein Rollenkampf entsteht dann, wenn einer der Gesprächspartner die privilegierte Rolle des Moderators nicht akzeptieren will. Schließlich ist es äußerst selten, dass der Gesprächsleiter seine strukturellen Rechte kampfflos aufgibt, wie Burger (1991: S. 287) bemerkt. Für Posselt und Rieglhofer entstehen Rollenkämpfe meist zwischen dem Moderator und Politikern:

„Es ist bekannt und häufig zu beobachten, daß (sic!) Politiker sich der steuernden Funktion des Interviewers entziehen und das Heft selbst in die Hand zu nehmen versuchen. Hochrangige Politiker sind sich ihrer sozial dominanten Rolle bewußt (sic!), und oft gelingt es ihnen, diese Dominanz gesprächsstrukturell durchzusetzen.“ (Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 48).

Komplizierter wird es dann, wenn sowohl der Gast als auch der Moderator sich ihres sozialen Status bewusst sind und Star-allüren das Gespräch gefangen nehmen.

„Die harmloseste Form dieses Rollenkampfes könnte man als „Jagd nach Pointen“ bezeichnen. Bei wortgewandten und witzigen Partnern gerät der Moderator in die Gefahr, ganz in den Hintergrund gedrängt zu werden. Wenn er selber ein Star ist, kann er das nicht auf Dauer tolerieren. Dann muß (sic!) er seine eigene Brillanz unter Beweis stellen und versuchen, sich gegenüber seinem Gast zu profilieren.“ (Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 49)

Doch es kann nicht nur zu einem Konflikt zwischen dem Moderator und Gesprächsteilnehmer, sondern auch zwischen der Rolle des Moderators als Vertreter der Rezipienten und als Vertreter der Institution kommen. Wenn die Thematik beispielsweise die Rundfunkanstalt selbst betrifft, wird es für den Moderator schwierig, kritische Fragen zu stellen. Falls der Moderator kein Journalist sondern ein Experte ist, kann es dazu kommen, dass er beide Rollenansprüche zu realisieren versucht. Dabei hat er gegenüber seinen Gesprächsgästen jedoch unbestrittene Vorteile, die er für sich beanspruchen kann. Schließlich kann es auch dazu kommen, dass sich der Moderator bei kritischen Themen auf die Seiten der Majorität, oder aber auch der Minorität, schlägt. Damit verletzt er seine strukturelle Neutralität ebenso wie seine sozialen Pflichten als Gastgeber (vgl. Posselt/Rieglhofer, 1996: S. 50).

Freilich sind die angeführten Rollenkämpfe und –konflikte nur ein Teil dessen, was während einer Fernsehdiskussion tatsächlich alles passieren kann. Selten werden sie in dieser Reinheit auftreten. Außerdem ist es fraglich, ob sie vom Zuseher denn auch so wahrgenommen werden (vgl. Posselt/Rieglhofer, 1996: S.50).

3.3 Journalisten als Talkgäste: Parkett frei für die Alphatiere

3.3.1 Das journalistische Starsystem - von einem neuen, problematischen Journalismus

„Neuerdings befassen wir uns in einem wachsenden Maß mit uns selbst. Journalisten, früher die Kritiker in den ersten Reihen des Zuschauerraums, stehen im Rampenlicht. Das ist problematisch. Aber eine Realität ist es auch. Politik, Publizistik, die neue Kommunikationsbranche stellen sich wechselseitig auf die Bühne, beklatschen und kritisieren sich – von den Bürgern werden die öffentlichen Akteure zusehends als eine Kast wahrgenommen, die sich im Fernsehen zwar heftig streitet, tatsächlich aber in einem Boot sitzt, weit entfernt von der Lebenswirklichkeit der Menschen.“ (Bruns, 2007: S. 9)

Der Journalismus und sein Image verändern sich – und das nicht immer zum Positiven, wie neue Studien zeigen. Dazu tragen vor allem die technologischen Entwicklungen unserer Zeit (vgl. Bruns, 2007: S.9), aber auch ein grundlegender Wertewandel bei den Schreibern und Sprechern bei. Durch Pressearbeit und Networking rücken Publizisten und Politiker immer näher zusammen. Doch auch die Journalisten untereinander vernetzen sich immer stärker miteinander. Das wird dann zum Problem, wenn man seinen Aufklärungsauftrag hintanstellt, um niemanden auf den Schlips zu treten.

Durch die neuen Möglichkeiten der Informierung haben die klassischen Medien und ihre Akteure eindeutig an Wertschätzung verloren. Das schmerzt vor allem diejenigen, die am oberen Ende der journalistischen Nahrungskette stehen, die Alphajournalisten, wie sie Weichert und Zabel in ihrem gleichnamigen Buch beschreiben. Die beiden Autoren, selbst als Journalisten tätig, werfen einen kritischen Blick auf ihre Kollegenschaft und das Verhalten der deutschen Elitejournalisten.

Das Vorwort des Buches stammt von Bruns, die einen Vergleich zwischen Journalisten und Politikern zieht. Beide wollen im Grunde dasselbe: Die Aufmerksamkeit ihres Publikums: „Heute muss die Politik, und politische Journalisten nicht anders als die Politiker, um ihren Platz in der Wahrnehmung der Bürger kämpfen. Es ist ein Kampf um die härteste Währung in der Mediengesellschaft: der um Attention, um Aufmerksamkeit“, so die Autorin (Bruns, 2007: S.10). Durch das mediale Überangebot schwimmen den Journalisten die Fälle weg, ihr Einfluss wird immer geringer. Zugleich geraten sie als öffentliche Akteure, die keine vierte Gewalt über sich haben, immer mehr ins Schussfeld der öffentlichen Kritik (vgl. Bruns, 2007: S. 11). Was bleibt, ist die Selbstinszenierung. „Denn wer sich in die Öffentlichkeit begibt, muss sich inszenieren, wenn er in ihr nicht umkommen will“, so Bruns (2007: S. 11).

Auch Weichert und Zabel erkennen die immer enger werdende Beziehung zwischen der Politik und dem Journalismus.

„In seiner Summe bildet das publizistische Führungspersonal von heute (...) gewissermaßen ein profundes Gegengewicht zur großen Politik. Die Verschränkung der Sphären befördert beidseitig den sprichwörtlichen „Höhenrausch“, der von Sehnsucht nach Macht, Erfolg und öffentlichem Applaus – kurzum persönlicher Wichtigkeit – in der Ersatzwirklichkeit der Medien angetrieben wird“ (Weichert/Zabel, 2007: S. 16).

Auch kommt es immer häufiger vor, dass Journalisten in das politische Lager wechseln; eine Wandlung, die sich nur schwer nachvollziehen lässt (vgl. Weichert/Zabel, 2007: S. 48). Das wirft auch die Frage auf, wer mehr Einfluss auf sein Gegenüber einübt: Die Politiker auf die Medien oder die Medien auf die Politiker (vgl. Weichert/Zabel, 2007: S. 19)? Jedenfalls leidet unter der neuen Nähe, die vor allem durch gemeinsame Fernsehauftritte forciert wird, die Wächterfunktion der Journalisten, die das mithin das wichtigste Instrument für eine demokratische Meinungsbildung sei (vgl. Weichert/Zabel, 2007: S. 26). Dadurch, dass der Journalismus derzeit selbst um seine Daseinsberechtigung kämpft, hat die Politik leichtes Spiel, diese Schwäche für sich zu nutzen:

„Die Masse der Bevölkerung ist kaum noch zu erreichen, geschweige denn mit Sachthemen, die man gerne unters Volk bringen will. Daher gilt es für Politiker umso mehr, den Stier bei den Hörnern, sprich das System Journalismus, an dessen

Spitze zu packen. Die (...) Journalistenelite, selbst damit beschäftigt, in der neuen Aufmerksamkeitshierarchie ihren Platz zu finden, soll mit Privilegien eingelullt, umhegt werden und so für einen möglichst störungsfreien Ablauf im massenmedialen Kommunikationsraum mit seinen unzähligen Angeboten und Möglichkeiten sorgen.“ (Weichert/Zabel, 2007: S. 26)

Das soll keineswegs bedeuten, dass die Journalisten nur ein Opfer der neuen Entwicklungen sind. Schon eine alte Binse besagt: Journalisten sind eitel. Nicht umsonst ist das publizistische System von starken Hierarchien geprägt – freie Mitarbeiter ohne Rechte und schlecht bezahlte Schreiber bilden ein breites „Medienproletariat“ (Burns, 2007: S. 10), an der Spitze finden sich jedoch nur ganz wenige. Zusätzlich gefördert wird dieser Habitus noch durch Preisverleihungen und Rankings, die die Journalistenelite weiter fördern (vgl. Weichert/Zabel, 2007: S. 33). Hinzu kommt, dass „sich Journalisten wahrscheinlich selbst gerne als intellektuelle Elite sehen – auch wenn sie aus Gründen der publizistischen Autonomie eigentlich gar nicht dazugehören (dürften)“ (Weichert/Zabel, 2007: S. 33).

Alpha-Journalisten sind durchgängig bei führenden Medienunternehmen zu finden. Ihre Position benützen sie für sich, betreiben damit Selbstvermarktung. Von ihrem Unternehmen vereinnahmen lassen sie sich jedoch nicht: Sie sind eigenständige Marken, schreiben Bücher und veröffentlichen auch in anderen (nicht direkt konkurrierenden) Medien. Dadurch werden sie „gewissermaßen als publizistische Solisten wahrgenommen (Weichert/Zabel, 2007: S. 37). Sie sind nicht nur Journalisten, sondern auch Kommunikationsmanager und gesellschaftliche Prominenz – und somit ideal für einen Auftritt im Fernsehen geeignet.

Diese Entwicklungen zeichnen sich allerdings schon länger ab: Bereits 1991 sprach Hans Heinz Fabris von einem "journalistischen Starsystem", das er auf einen Angleich an die Unterhaltungsindustrie zurückführt: "Das Starsystem, aber auch das Element der teuren Ausstattung haben vom Filmgeschäft ausgehend in der Freizeitindustrie, im Musikgewerbe und nicht zuletzt auch im Journalismus - als "Showgeschäft" - wachsende Bedeutung erlangt; die Politik hat hier gleichfalls "nachgezogen"". (Fabris, 1991: S. 21). Zwar habe es immer journalistische Berühmtheiten gegeben, eine "Zwei-Klassen-Gesellschaft" (Fabris, 1991: S. 26) am Arbeitsmarkt habe sich doch erst mit diesem "neuen Journalismus" (Fabris, 1991: S. 21) gebildet.

"Der Unterschied zum Starsystem des 'neuen Journalismus' ist jedoch zum einen darin zu sehen, daß (sic!) dieses System nicht nur nach außen - in der ökonomischen Konkurrenz, zur Steigerung der Produktattraktivität - einen wichtigen Stellenwert hat, sondern auch nach 'innen' in der Form wirksam ist, daß (sic!) es jene vielfach 'gespaltenen Arbeitsmärkte' in der Medienindustrie fördert, die aus einem kleineren Sektor fester und attraktiver Positionen und einem anderen, größeren Bereich unsicherer und vergleichsweise unterbezahlter Beschäftigungen bestehen." (Fabris, 1991: S. 22)

Natürlich verleiht dieses Starsystem dem Journalismus auch einen besonderen Reiz: Wer in diesen Beruf eintritt, dem schweben nicht selten Lebenswege wie die prominenter Journalisten vor, "auch wenn eine solche Karriere ähnlich selten wie der berühmte Aufstieg vom Tellerwäscher zum Millionär tatsächlich stattfindet." (Fabris, 1991, S. 22).

Fabris sieht die Prominenz großer Journalisten in ihrer Tätigkeit als politische Berichterstatter - dem wohl prestigeträchtigsten aller Ressorts - sowie ihrer Leitrolle in einem Medienunternehmen begründet. Doch auch eine enge Verbundenheit der Stars untereinander hält das System am Laufen. "Dies wird dann augenscheinlich, wenn ein Chefredakteur den anderen in seinem Leitartikel zitiert, wenn Star-Journalisten sich mit Prominenz aus Politik, Kunst, Sport, Unterhaltungsgeschäft umgeben." (Fabris, 1991, S. 24). Dabei ist vor allem die immer enger werdende Verbindung zur Politik problematisch und geht auf Kosten einer unabhängigen Berichterstattung.

Dass die neue Rolle von Journalisten aber auch in einem engen Zusammenhang zu den Veränderungen der Medienökonomie zu sehen ist, bemerkt Lutz Hachmeister:

"Von den Führungsfiguren der entscheidenden Medienunternehmen werden mehr denn je Querschnitts-Qualifikationen in Publizistik, Management und Medienpolitik gefordert - der 'Nur-Chefredakteur' oder der ausschließlich mit Kenntnissen aus dem konventionellen Wirtschaftsmanagement operierende Vorstandschef kann in einer publizistischen Sphäre nicht mehr bestehen, in der sich ökonomische, journalistische und medienpolitische Ziele durchgehend mischen. Gerade die klassisch politische Berichterstattung der Prestige-Medien ist in einem gefährlichen Grad von dem im weiteren Sinne medienpolitischen Interessen der Medienkonzerne und Verlagshäuser beeinflusst. Es kommt zu

deutlichen publizistischen Ziel und Rollenkonflikten: Wo das verfassungsrechtliche "Journalistenprivileg" Aufklärung und Unabhängigkeit einfordert, regieren in der formierten Medienindustrie ständige Abwägungen, ökonomisch-institutionelle Eigeninteressen und die Einbindung in medienpolitische Elitenetzwerke." (Hachmeister, 2002: S. 18.f.)

Wissenschaftlich wurde das Starsystem im Journalismus bisher nur wenig beachtet, empirische Studien fehlen völlig, wie Weichert und Zabel feststellen (vgl. 2007: S. 38). Sie haben jedoch einige Merkmale herausgearbeitet, die Alpha-Journalisten (in Deutschland) im Allgemeinen auszeichnen:

- *Die Führungspositionen werden nach wie vor von Männern okkupiert.*
- *Durch einen Generationenwechsel verschieben sich die Perspektiven; die neue Führungselite agiert taktisch, opportun und situativ und nimmt den Autoritätsverlust des Journalismus als gegeben hin.*
- *Dem früheren Idealismus steht eine neoliberalistische Haltung entgegen: Journalisten sind zugleich Manager, Buchautoren oder auch Talkmaster.*
- *Der Journalist selbst steht nicht länger hinter seinem Werk, er wird zur Marke und zur Prominenz.*
- *Netzwerke werden immer wichtiger, die Strukturen unter den Journalisten verdichten sich.*
- *Die journalistische Neutralität verliert zunehmend an Wert. Immer mehr Journalisten bekennen sich zu einer politischen Grundhaltung.*

Es liegt auf der Hand, dass dieses Aufbrechen journalistischer Grundprinzipien zu einem medienpolitischen Problem wird. Deshalb halten Weichert und Zabel ihre Kollegen dazu an, kritische Selbstreflexion zu betreiben, was auch das Vertrauen der Rezipienten in die Medien wieder stärken könnte. An derlei Versuchen beißt man sich jedoch derzeit die Zähne aus: „An solchen neuralgischen Punkten der Branche wird deutlich, dass selbst faire Beanstandungen schon im Vorfeld als Kollegenschelte abgeschmettert werden und etwaige Empfindlichkeiten die Medienjournalisten fortlaufend in einen Loyalitätskonflikt stürzen können“ (Weichert/Zabel, 2007: S. 45) Einer der wenigen, der sich über diese Hemmschwelle hinweggesetzt hat, ist der ehemalige ORF-Generalintendant Gerd Bacher, der konstatiert:

"Es ist zu einer exklusiven Komplizenschaft von Politikern und Journalisten gekommen, die andere wichtige Elemente der öffentlichen Diskussion unterdrückt ...Diese Komplizenschaft befindet sich auf gemeinsamer Flucht ins Nebensächliche, Oberflächliche, Gefällige ... In Österreich bedingen Politiker und Journalisten einander. Ihr Einfluss auf die öffentliche Diskussion ist fast ausschließlich, während im übrigen freien Europa Zugang von vielen anderen Wirkkräften herrscht, von Unternehmern, Wissenschaftern, Künstlern etwas, die hierzulande keinen oder nur einen durch Institutionen spärlich übersetzten Effekt haben." (Bacher, 1986; S.2.; zit. nach Fabris, 1991, S. 25).

3.3.2 Journalisten, die Medienpersönlichkeiten schlechthin

Wer als Person des öffentlichen Lebens gilt, in regelmäßigen Abständen in den Medien auftritt und wessen Handeln und Meinungen von allgemeinem Interesse sind, der ist eine Medienpersönlichkeit (vgl. Kleiner, 2004: S. 245). Eine Definition, die somit hundertprozentig auf Journalisten zutrifft. Medienpersönlichkeiten haben laut Kleiner gewissen Kompetenzen zu erfüllen, die sich in sechs Kategorien gliedern lassen (vgl. Kleiner, 2004: S. 264):

- *intellektuelle Kompetenz:* Wer Stellung zu einem Thema bezieht, der sollte die entsprechenden Hintergründe und Fakten dazu kennen.
- *sozial-kommunikative Kompetenz:* Nicht für jedes Thema ist jeder Ausdruck angemessen. Eine Medienpersönlichkeit sollte ihre Worte mit Bedacht wählen. Und wenn sie nichts beitragen kann, braucht sie auch einmal den Mut zu schweigen.
- *analytische Kompetenz:* Wenn Medienpersönlichkeiten zu Wort gebeten werden, sollten sie wissen, wie die Strukturen, Institutionen und Formate, in denen sie auftreten, ticken.
- *selbstreflexive Kompetenz:* Sie sollten sich darüber bewusst sein, was der Status der Medienpersönlichkeit mit sich bringt.
- *politische Kompetenz:* Wer in der Öffentlichkeit steht, trägt Verantwortung. Medienpersönlichkeiten sollten sich darüber im Klaren sein, was ihre Aussagen und Handlungen in der Gesellschaft bewegen können.

- *persönliche Kompetenz*: Die Selbstinszenierung sollte nicht an erster Stelle stehen. Wichtiger sind die einhergehende Verantwortung, die die Rolle als Medienpersönlichkeit birgt, und die Themen, zu denen man um seine Meinung gefragt wird.

All diese Merkmale einer Medienpersönlichkeit machen sie ideal für einen Fernsehauftritt. Doch in der praktischen Realität stehen oft ganz andere Motive im Vordergrund: Denn wer in der Öffentlichkeit steht, der hat sich auch um ein entsprechendes Image zu sorgen.

Pürer greift in seinem Werk "Journalismusforschung" auf Dernbach zurück, um den Begriff Image zu beschreiben: Es ist ein "Fremdbild, eine Bündelung von Vorstellungen, Bewertungen, Ideen und Gefühlen, die mit einem Objekt verbunden werden. (Dernbach, 2005: S. 145, in: Pürer, 2015: S. 50). Gerade für Journalisten ist ein entsprechendes Image unabdingbar, wollen sie am hart umkämpften Medienmarkt bestehen können. Nicht zuletzt geht es dabei auch um ihre Glaubwürdigkeit, und der ihres Mediums. Es ist daher wenig verwunderlich, dass die äußere Wahrnehmung von Journalisten immer wieder im Zentrum empirischer Untersuchungen stand. Dabei zeigte sich ein uneiniges Bild, wie Pürer weiter beschreibt:

"Das Image der Journalisten ist also durchaus ambivalent: Einerseits werden sie geschätzt als Nachrichtenboten, Aufklärer und Welterklärer, andererseits sieht man in ihnen manchmal auch profilsüchtige Skandalproduzenten." (Pürer, 2015: S. 55).

Freilich ganz anders schätzen sich Journalisten selbst ein, wie viele Berufsfeldstudien beweisen. Und auch in der Wissenschaft besitzen sie ein weitaus besseres Image, wie Abhandlungen zur "Journalistischen Persönlichkeit" zeigen.

3.3.3 Die journalistische Persönlichkeit

"Es ist so eine Sache mit der "journalistischen Persönlichkeit". Das Unbehagen, mein Unbehagen, beginnt schon beim Wort. Was soll dieses Persönlichkeitswesen überhaupt sein? Wo kommt es her? Wo wächst es auf? Womit wird es gefüttert?"

Erkennt man es sofort, wenn man es sieht? Was unterscheidet denn eine Persönlichkeit überhaupt von einer Person, und was unterscheidet die "journalistische Persönlichkeit" von der stinknormalen Journalistin, männlich oder weiblich, groß oder klein, alt oder jung, die ihre Texte schreibt?" (Hamann, 2009: S. 465)

Schon im einleitenden Absatz von Hamanns Abhandlung lässt sich herauslesen, dass die Autorin nicht viel mit der Vorstellung einer "journalistischen Persönlichkeit" anfangen kann. Dabei geht es ihr ähnlich wie vielen ihrer Kollegen, die sich dagegen verwehren, Journalisten als beinahe übernatürliche Wesen einzuordnen.

Als der Grundstein zur Erforschung der "journalistischen Persönlichkeit" gelegt wurde, war das noch ganz anders: Emil Dovifat, der viel kritisierte Vater der Zeitungswissenschaft (nicht zuletzt aufgrund seiner Unterstützung des nationalsozialistischen Regimes, wobei nicht geklärt ist, ob er sich damit selbst schützen wollte oder tatsächlich dieser Gesinnung folgte), legte den Grundstein zu der Auseinandersetzung. Er fasst den Begriff der "publizistischen Persönlichkeit" wie folgt zusammen:

"Aus freier innerer Berufung oder im kollektiven Auftrag ist der Publizist der persönliche Träger seiner öffentlich bestimmten und bewirkten Aufgabe; so sucht er, aus der Gabe der Einfühlung und der Kraft des Ausdrucks überzeugend oder überwältigend Wissen, Wollen und Handeln der Angesprochenen zu bestimmen." (Dovifat, 1963, in: Dovifat, 1990: S. 140)

Es schwingt also viel Pathos in dieser Beschreibung mit, der in seinen früheren Werken allerdings noch ausgeprägter vorhanden war. Gleichgeblieben sind über die Jahre hinweg jedoch die Eigenschaften und Charakterzüge, die er einer "publizistischen Persönlichkeit" zuschreibt. Dazu gehört zuallererst die Gesinnung: "Sie ist die Atmosphäre, durch die jede publizistische Aktion sich darbietet. Es gibt keine solche Aktion, die nicht gute Absicht, das ethische Ziel, den öffentlichen Dienst für sich in Anspruch nähme." (Dovifat, 1963: S. 147). Ein Hang zur öffentlichen Darstellung ist demnach eine Grundvoraussetzung für einen Publizisten, dem der Autor eine extrovertierte Natur (vgl. Dovifat, 1963, S. 147) unterstellt. In seiner Arbeit getrieben wird der Publizist von dem Willen, etwas zu verändern: "Er will Altes matt setzen, Vergängliches umstürzen"

(Dovifat, 1963, S. 148), glaubt Dovifat. Er folgt einer höheren "Sendung" (Dovifat, 1963, S. 148), die sich zumeist, aber nicht zwingend, auf ein einschneidendes Erlebnis zurückführen lässt. Um seine Thesen zu untermauern, bringt Dovifat große Namen ins Spiel, von Karl Marx bis Mahatma Gandhi.

Freilich ist dem nicht genug; wer eine "publizistische Persönlichkeit" sein will, der braucht auch ein gehöriges Maß an Einfühlung in den Rezipienten, Talent für die richtige Form und die ansprechende Gestaltung. Der Publizist muss sein Medium und dessen Voraussetzungen also zu nutzen wissen, will er sein Wissen unter die Leute bringen. Dabei ist der Publizist zwischen seinen Auftrag und den wirtschaftlichen und organisatorischen Zwängen der medialen Produktion hin- und hergerissen, denn "Keine publizistische Aktion vermag ohne eine wirtschaftliche Basis zu leben." (Dovifat, 1963: S. 163). Damit erfasst Dovifat selbst die zentrale Kritik an seiner Arbeit, nämlich dass der Journalist nur als Teil eines großen Systems betrachtet werden kann:

"Der Rang der publizistischen Persönlichkeit mindert sich nicht dadurch, daß (sic!) Tausende anonym in Unternehmungen und Institutionen publizistischer Aufgaben tätig sind. Organisation ist heute der erste Schlüssel, an die Massen heranzukommen, ihr Wollen und Handeln zu bestimmen. Jede geistige Arbeit heischt - will man sie öffentlich durchsetzen - den organisatorischen Einsatz. (...) Der Publizist wird Beauftragter, "Funktionär" im guten Sinne, aktiv ordnend und organisierend. Er kann seine Aufgabe als einen "Job" betreiben, aber ebenso auch der öffentlichen Sache verpflichtet sein." (Dovifat, 1963: S. 167).

Eben diese Unabhängigkeit vom System Journalismus wollte man der "journalistischen Persönlichkeit" mit dem Aufkommen der Systemtheorie Ende der 1990er-Jahre nicht mehr zugestehen: Man wandte sich von Dovifats persönlichkeitszentrierten Ansatz ab und begriff den Journalisten als kleinen Teil eines großen Ganzen. "Handelnde Subjekte lagen hier völlig außerhalb der Betrachtung. Das Bild war wie gekippt: der Journalist als handelndes Subjekt allenfalls im engsten Rahmen der strukturellen Vorgaben; die publizistische Persönlichkeit im theoretischen Abseits, ein Ladenhüter des Theorieinventars, allenfalls fachhistorisch ein Thema." (Neverla/Schoon, 2009: S. 118). Bald jedoch mussten sich auch die glühendsten Verfechter der Systemtheorie Luhmann'scher Tradition eingestehen, dass das System nicht ohne das Individuum und das Individuum nicht ohne das System kann. Seither wird auch der Frage nach einer

journalistischen Elite wieder vermehrt nachgegangen, wie sie bereits weiter oben beschrieben wurde (vgl. Neverla/Schoon2009: S. 119).

Wenn von "journalistischen Persönlichkeiten" die Rede ist, liegt die Frage nach einer besonderen Machthabe dieser nicht weit. Für Neverla und Schoon ist das "Phänomen der Macht" der "imaginäre Kitt, der Individuum und Struktur zusammenhält (...). Die Analyse von Machtverhältnissen verdeutlicht, dass es nicht nur um die Vermittlung zwischen Struktur - Handlung - Akteur geht, sondern um deren wechselseitige Konstruktion." (Neverla/Schoon, 2009: S. 126). Mithilfe der Sozialtheorie Pierre Bourdieus versuchen die Autorinnen, einen neuen Zugang zur "journalistischen Persönlichkeit" zu finden. Ihre Erkenntnisse bringen neue Einflussvariablen wie Vor- und Nebenberufe, Aus- und Weiterbildung, die soziale Herkunft oder den persönlichen Willen zur Gestaltungskraft ins Spiel (vgl. Neverla/Schoon, 2009, S. 138 f.).

Eine Lanze für die vielen Journalisten, die fernab beruflichen Ruhms ihren Alltag meistern, bricht Sibylle Hamann: Sie erinnert an die profanen Zwänge, die mit dieser Tätigkeit einhergehen.

"Da ist, auf der einen Seite, der konkrete, lebendige Reporter oder die konkrete, lebendige Reporterin. Sie arbeitet, weil sie Geld verdienen und ihre Stromrechnung bezahlen muss. Sie ist dabei hungrig oder genervt, schläfrig oder frisch, gewaschen, gut oder schlecht drauf. Sie bemüht sich, aber nicht zu viel; sie hat Prinzipien, aber keine sehr standfesten. Sie macht, was gerade notwendig ist, und was die hervorbringt, ist immer irgendwie relativ. Über dieser Person hingegen, in einer abstrakteren Luftschicht, schwebt ein Geist, eine Art ideales, entrücktes, journalistisches Über-Ich. Dieses Wesen - nennen wir es "Persönlichkeit" - arbeitet nicht, weil es einen Chef hat, sondern weil es der Wahrheit und/oder der Weltgeschichte verpflichtet ist. Es fühlt sich von einem höheren Erkenntnisinteresse geleitet, denkt nicht in relativen, sondern in absoluten Kategorien, will Bleibendes schaffen und ist nicht mehr richtig von dieser Welt. Zumindest nicht jenes Teils der Welt, in dem profane Zwänge herrschen, in schnöden Kosten-Nutzen-Kategorien gedacht werden muss, logistische Fragen zu beantworten sind und Redaktionsschlüsse zu beachten. Persönlichkeiten haben keine Probleme mit dem Netzstecker-Adapter oder dem leeren Akku. Personen schon." (Hamann, 2009: S. 466)

Im krassen Gegensatz zu Dovifat bewertet Hamann das journalistische Werk nicht als etwas Bleibendes, sondern als flüchtige Materie, die mit ihrer "Zwillingsschwester", der Unfertigkeit, leben muss und nur durch sie leben kann. Dabei wird die Legende einer "journalistischen Persönlichkeit" aus einen vollkommen unnötigen Minderwertigkeitskomplex heraus geboren, von dem sich die Autorin verabschieden will (vgl. Hamann, 2009: S. 472) Sie ruft dazu auf, die "journalistische Persönlichkeit neu zu bewerten:

"Die journalistische Persönlichkeit ist daher eine, die sich von der wissenschaftlichen und künstlerischen Persönlichkeit ganz wesentlich unterscheidet: Sie sucht nicht Gültigkeit, sondern Wege, um möglichst redlich mit der Flüchtigkeit zurande zu kommen. Ihre schöpferische Größe wird sich darin zeigen, Erzähllinien zu finden, die diese Flüchtigkeit nicht leugnen, sondern explizit zum Thema machen. Eine journalistische Persönlichkeit wird sich nicht nervös machen lassen von der Tatsache, dass alles, was sie angreift und fasst, ihr gleich wieder zwischen den Fingern zerrinnen kann. Sie lebt mit Stil im Augenblick. Und das ist gut so." (Hamann, 2009: S. 472)

3.3.4 Selbstreferenz- Wenn Medien über Medien reden

"Die Entdeckung und Thematisierung von selbstreferentiellen Phänomenen deutet darauf hin, daß (sic!) es sich hierbei um etwas handelt, das heute häufiger als früher auftritt, das sich stärker in den Vordergrund schiebt und eine wichtigere Rolle einnimmt. Selbstreferenz wäre damit ein Bestandteil der modernen Gesellschaft." (Blöbaum, 1999: S. 182)

Tatsächlich ist es so, dass sich Medien in ihren Inhalten und in ihrer Programmgestaltung immer mehr auf Medien beziehen. War ein Medienjournalismus vor 30 Jahren noch ein Ausnahmefall (vgl. Knoche, 1999: S. 129), gibt es mittlerweile ganze Sendungsformate, die rein aus selbstreferentiellen Bezügen bestehen. Selbstreferenz in der Wissenschaft beschreibt dabei "empirische Beobachtungen von Prozessen des Selbstbezugs, der Selbstthematisierung, der Selbstreflexion, der Selbstregulierung, der Selbstorganisation und Selbststeuerung." (Blöbaum, 1999: S. 182) Theoretisch ist der Begriff in der

Systemtheorie von Niklas Luhmann verhaftet, wobei er die "Reproduktion eines Systems aus seinen eigenen Elementen" (Siegert, 1999: S. 110) markiert.

In der medialen Praxis hat die Selbstreferenz viele Gesichter, wie Bleicher (1999: S. 117 - 128) mit dem Hauptaugenmerk auf Unterhaltung zeigt: Sie taucht in Trailern, Ansagen und Sendungshinweisen innerhalb derselben Fernsehanstalt als Form der Intertextualität auf. Eine selbstreferentielle Schleife bildet sich dann, wenn man eigene Produkte durch andere Sendungen bewirbt. Ein Klassiker ist hierbei der Blick hinter die Kulissen einer Produktion oder das "Making of" einer Sendung. Zu einem eigenen Format wurden Rückbezüge auf bereits gezeigte Produktionen erhoben: Mit Archivmaterial lässt sich das Publikum oft vortrefflich unterhalten, vor allem mit Parodien. Doch auch Preise, die von Medienunternehmen vergeben werden oder der Verweis auf Programminhalte des eigenen Senders gehören zu einer Marketingstrategie, die auf Selbstreferenz setzt. Nicht zuletzt bewirbt ein Sender auch sich selbst, wenn er Journalisten des eigenen Unternehmens als Experten zu seinen Diskussionsformaten einlädt, wie es auch der ORF zu praktizieren pflegt. "Es ist nur eine Frage der Zeit, wann selbstreferentielle Sendungen selbst Thema von parodistischer Selbstreferenz werden und eine Schleife innerhalb der Schleife bilden. Das Medium reproduziert sich selbst in unendlichen Schleifen der Selbstverweise." (Bleicher, 1999: S. 128).

Doch auch verschiedene Medienkonzerne können Bezug aufeinander nehmen. Das passiert bei der Medienberichterstattung, die einen großen Aufschwung erlebt hat. Dabei steht meist jedoch weniger die Kontrolle der Medien untereinander denn eine gelungene Marketingstrategie im Vordergrund:

"Die Zunahme einer derartigen Medienberichterstattung als routinisierte Branchenberichterstattung mittels Einrichtung von Medienredaktionen bzw. regelmäßigen "Medienseiten" bei Printmedien (...), der Etablierung von Fachkorrespondenzen und Mediendiensten (...) sowie der Ausweitung des Medienjournalismus in der Programmpresse und in speziellen Medienmagazinen (...) sind Ausdruck eines strukturellen Wandels am Medienmarkt. Kennzeichen des damit einhergehenden grundlegenden Funktionswandels der Medienberichterstattung ist deren zunehmender Einsatz im Rahmen umfassender

Marketing- und PR-Strategien der Medienunternehmen. (...) In den Mittelpunkt rückt folglich die medienökonomische Funktion des Medienjournalismus."
(Knoche, 1999: S. 131)

Dabei ist die Selbstreferentialität von Journalismus eine Sache für sich: Blöbaum versucht eine Beschreibung, indem der die journalistische Selbstreferenz auf mehreren Ebenen analysiert. Zunächst gibt es eine Handlungsebene, die der Autor mit Scholl und Weischenberg (1998: S. 147f.; zit. nach Blöbaum, 1999: S. 184) erklärt. Sie haben in ihrer Studie "Journalismus in Deutschland" empirische Merkmale für die Selbstreferentialität herausgearbeitet:

- *Orientierung von Journalisten an anderen Medien*
- *Kollegenorientierung in der Redaktion bei Veröffentlichung*
- *Gegenlesen*

Auf der Systemebene ortet Blöbaum die Selbstreferenz bei "journalistischen Rollen, den journalistischen Organisationen und bei den Inhalten." (Blöbaum, 1999, S. 184). Auf der Ebene der Organisation gibt es immer neue Titel, die sich mit der Medienlandschaft und ihren Akteuren auseinandersetzen. Damit würde den Medien eine ähnliche Aufmerksamkeit wie Politik, Wirtschaft oder Sport zuteil (vgl. Blöbaum, 1999, S. 185): "Die journalistische Beobachtung des Mediensektors ist ein Indiz für die gesellschaftliche Relevanz dieses Feldes." (Blöbaum, 1999, S. 185).

4. Die Erhebung

Wie schon eingangs erwähnt, beschäftigt sich diese Arbeit mit einem noch unberührten Forschungsfeld. Und wo es noch keine Forschung gibt, empfiehlt es sich, zunächst Daten zu sammeln. Doch bevor zu den Erhebungsinstrumenten und deren Ergebnissen übergeleitet wird, wird das Format "Im Zentrum" genauer ins Auge gefasst.

4.1 Die Sendung „Im Zentrum“

„Im Zentrum“ ist eine wöchentliche (mit Ausnahme von Sendungspausen im Sommer und an den Weihnachtstagen) Live-Sendung, die nach eigenem Verständnis „der aktuelle Live-Polit-Talk des ORF“(<http://der.orf.at/unternehmen/programmangebote/fernsehen/sendungen/sendungen-h-k/im-zentrum100.html>) ist. Früher wurde die Sendung im Haas-Haus aufgezeichnet, seit 2011 wird aus dem ORF-Zentrum gesendet. Ein Publikum ist dabei vor Ort. Sendezeit ist jeweils Sonntag, um zirka 21.55 Uhr. Es wird rund eine Stunde diskutiert. Dabei wird "Im Zentrum" als "die Plattform der öffentlichen Auseinandersetzungen zu relevanten Themen"(<http://der.orf.at/unternehmen/programmangebote/fernsehen/sendungen/sendungen-h-k/im-zentrum100.html>) verkauft. Geladen sind zwei bis fünf Gäste.

„Im Zentrum“ wird seit Ende 2014 von Ingrid Thurnher moderiert, zuvor wechselte die Moderation zwischen Thurnher und Peter Pelinka. Die Sendung möchte dem Setting nach seriös wirken; kräftige Farbtöne in blau und orange dominieren die Kulisse und das Logo, kaltes Licht sorgt dafür, dass keine Gemütlichkeit aufkommt. Das Podium steht im Mittelpunkt, die Tribüne des Publikums bleibt im Dunkeln. Die Teilnehmer sitzen sich im Halbkreis gegenüber und sind meist auf Konfrontation ausgerichtet. In der Mitte sorgt der Moderator dafür, dass das Gespräch nicht aus dem Ruder läuft. Am ehesten lässt sich „Im Zentrum“ als politische Diskussions- und Interviewsendung und als Debattenshow einordnen.

4.2 Die Zählung

4.2.1 Das Untersuchungsdesign

Um erste Daten zur Rolle von Journalisten bei "Im Zentrum" zu sammeln, wurden sämtliche Sendungen der Jahre 2011 bis 2015 analysiert. Dabei wurde herausgearbeitet, welche Journalisten zu Gast waren, zu welchen Themen sie diskutierten, welchem Medium sie angehören, wer die Moderation leitete und in welchen Themenbereich die Diskussion einzuordnen ist. Auch die anderen Gesprächsteilnehmer der jeweiligen Runden wurden aufgelistet, wohlgemerkt in ihrer damaligen Funktion, was vor allem bei Politikern zu beachten ist. Die Daten wurden in Tabellen gesammelt, die einen Überblick über die Entwicklungen erlauben. Durch die gesammelten Fakten lassen sich erste Rückschlüsse darüber ziehen, wie das Format "Im Zentrum" tickt und wie groß die Relevanz von Journalisten für die Sendung wirklich ist.

4.2.2 Die Auswertung

Schon vorab lässt sich feststellen: Journalisten sind deutlich seltener bei "Im Zentrum" zu Gast als Politiker. Allerdings werden sie besonders gerne bei politischen Themen zu der Sendung eingeladen; kein Wunder, denn wer könnte im Umgang mit den Polit-Chefs geübter sein als versierte Journalisten? Aber auch aktuelle Ereignisse und gesellschaftliche Geschehnisse rechtfertigen eine Einladung von Journalisten, was die Vielfalt ihrer Einsatzmöglichkeiten aufzeigt.

Klar erkenntlich ist auch, dass bei "Im Zentrum" die großen Namen des Medienzirkus zu Gast sind. Alle geladenen Journalisten zeichnen sich durch eine hohe Bekanntheit und Anerkennung aus, sie arbeiten bei den führenden Print-Medien des Landes. Auffällig ist, dass nur selten auf TV-Journalisten zurückgegriffen wird, und wenn, dann sind sie allesamt Mitarbeiter des ORF. Dieser Punkt zeigt das Konkurrenzverhältnis zwischen den Sendern auf - wobei der ORF als einzig öffentlich-rechtliche Anstalt besonders hart in die Kritik genommen wird - und wird auch im Rahmen des Experteninterviews zu klären sein. Auf Special-Interest-Medien wird dann zurückgegriffen, wenn es sich um einen sehr spezifischen Themenbereich dreht, wobei die Journalisten als Experten hinzugezogen werden.

2011 waren Journalisten noch deutlich weniger in der Sendung präsent als in den Folgejahren: Von insgesamt 37 Sendungen nahmen sie nur an acht Diskussionsrunden teil, also in rund 21 Prozent der Folgen. In diesen acht Sendungen gab es insgesamt 40 Gastauftritte, wobei zehn davon von Journalisten übernommen wurden (25 Prozent). Dabei ist die Geschlechterverteilung mehr als gerecht: Fünf männliche und fünf weibliche Journalisten waren 2011 zu Gast. Besonders hoch war das Aufkommen von Journalisten in der Sendung vom 10. Juli, die den Titel "Stresstest für die Koalition - Werden wir genug regiert?" trug. Dort waren mit Eva Dichand, Martina Salomon und Andreas Koller gleich drei Journalisten zu Gast.

2012 machte man bei der Einladungspolitik einen großen Sprung: Von 38 Sendungen, die in diesem Jahr ausgestrahlt wurden, waren in 15 Formaten Journalisten zu Gast. Damit liegt man bei fast 40 Prozent. Insgesamt gab es in diesen 15 Sendungen 53 Gastauftritte, 19 davon fielen auf Journalisten (36 Prozent). Es waren zehn männliche und elf weibliche Journalisten zu Gast. Alkyone Karamanolis wurde sogar zweimal zur Diskussion gebeten, was sich aber wohl auf ihre Fachkenntnisse zum Geschehen in Griechenland und die dortigen Ereignisse in diesem Jahr zurückführen lässt. Grundsätzlich kann gesagt werden, dass die Spezialisierung von Journalisten auf gewisse Themenbereiche eine große Rolle bei den Sendungseinladungen spielt, sie werden als Experten zu Rate gezogen. Eine Sendung, die in 2012 besonders hervorstach, war der viel diskutierte Auftritt von Frank Stronach, der sich mit Alexandra Förderl-Schmid, Esther Mitterstiebler und Christian Rainer gleich drei Journalisten stellen musste. Gut möglich, dass sich außer den "Berufskritikern" Journalisten keine anderen Gesprächspartner finden ließen, die es mit Stronach aufnehmen wollten. Ebenso gut weist diese Sendung darauf hin, dass Journalisten als die Polit-Experten schlechthin gelten. Auch das wird Thema des Expertengesprächs sein.

2013 galt zwar als das "Superwahljahr", stach bei der Zählung jedoch nicht eklatant hervor. 36 Sendungen wurden gezeigt, 16 davon mit Journalisten (44 Prozent). 74 Gastauftritte wurden bei diesen 16 Sendungen gezählt, 17 davon hatten Journalisten über (22 Prozent). Wieder hatten die Frauen mit neun Auftritten um einen mehr zu verzeichnen als ihre männlichen Kollegen mit acht. Herbert Lackner und Cathrin Kahlweit waren jeweils zweimal zu Gast. Es gab - wie auch schon 2012 - vier Sendungen mit mehreren

Journalisten. Zum Thema "Nach der Wahl ist vor der Wahl" am 3. März diskutierten mit Lackner, Förderl-Schmid und Rainer Nowak drei Journalisten in einer Runde.

2014 war im ORF-Studio viel los: Es gab 40 Sendungen, 18 davon waren auch mit Journalisten besetzt. Damit liegt der Anteil bei satten 45 Prozent. 98 Auftritte gab es in den 18 Runden, 16 davon und damit auch 16 Prozent übernahmen Journalisten. Susanne Scholl, Anneliese Rohrer und Michael Fleischhacker waren jeweils zwei Mal bei Ingrid Thurnher geladen. Scholl fungierte dabei als Expertin für die Ereignisse in Russland. In drei Sendungen waren mehr als ein Journalist oder eine Journalistin zu Gast, bei "Lehren aus dem Ländle - Ein erster Stimmungstest?" waren die Journalisten mit Rohrer, Fleischhacker und Armin Thurnher besonders stark vertreten. Diesmal waren mehr männliche Journalisten als weibliche geladen: Elf Männer und neun Frauen waren zu Gast.

2015 erinnert in seiner Konstellation an 2013: Es gab 40 Sendungen, in 16 davon waren Journalisten vor Ort (40 Prozent). Von den 78 Gästen, die in diese 16 Sendungen geladen wurden, waren 17 Journalisten (22 Prozent). Es war auch das Jahr der Frauen, die mit elf Auftritten deutlich vor ihren männlichen Kollegen lagen, von denen nur sechs zu Gast waren. Diese Zahlen lassen sich jedoch eindeutig mit der Themenlandschaft und der Expertise der Journalisten begründen. So war Simone Egarter zum Thema Integration ebenso zweimal zu Gast wie Karim El-Gawhary, der als Experte für den arabischen Raum gilt. Auch in diesem Jahr folgte man der Tradition, eine große Journalisten-Runde zu veranstalten: Nach den Wahlen in Oberösterreich diskutierten am 27. September Eva Weissenberger, Christoph Kotanko und Tassilo Wallentin.

Die Zahlen zeigen also: Der Stellenwert von Journalisten als Talkgäste ist nicht zu unterschätzen. Freilich sind fünf Jahre ein zu kurzer Zeitraum, um hier eine wirkliche Steigerung über die Jahre feststellen zu können, zumal auch die Themenlandschaft eine große Rolle spielt. Auch dieser Punkt soll jedoch im Expertengespräch geklärt werden.

Interessant ist auch, dass ein großer Teil der Journalisten bei Medien arbeiten, die ihren Sitz in Wien haben. Daraus lässt sich schließen, dass wohl auch die räumliche Nähe eine Rolle bei der Auswahl der Gesprächspartner spielt. Mehr dazu wird von Ingrid Thurnher und Robert Stoppacher zu erfahren sein. Unübersehbar sind auch die "bon clients" der Sendung, die immer wieder gerne eingeladen werden. Sie wurden mit einem Fragebogen

in die Untersuchung eingebunden und werden die Thematik der Arbeit damit aus ihrer Sicht der Dinge erläutern.

4.3 Die Fragebogenerhebung

4.3.1 Das Untersuchungsdesign

Elf Journalisten sind es, die von 2011 bis 2015 mehrmals bei "Im Zentrum" zu Gast waren: Karim El-Gawhary - der einzige TV-Journalist -, Cathrin Kahlweit, Anneliese Rohrer, Andreas Koller, Nina Horaczek, Alexandra Förderl-Schmid, Michael Fleischhacker, Florian Klenk, Herbert Lackner, Dieter Chmelar und Barbara Coudenhove-Kalergi. Es ist vermutlich kein Zufall, dass sich diese Liste wie das Who-is-Who der österreichischen Medienlandschaft liest, denn nur die Besten der Zunft schaffen es auf die Gästeliste und werden von ihrem Medium entsendet.

Den Journalisten wurde per E-Mail ein Fragebogen zugestellt, der im Hinblick auf das knappe Zeitbudget der Befragten und die Motivation kurz gehalten wurde. Sechs Fragen sollten Einblick in ihre Motive, an der Sendung teilzunehmen, geben und ihre Einschätzungen erläutern:

- *Warum nehmen Sie an den Gesprächsrunden von "Im Zentrum" teil?*
- *Was muss man mitbringen, um in einer TV-Diskussion dabei sein zu können?*
- *Was qualifiziert Sie Ihrer Meinung nach als guten Talkgast?*
- *Was macht Journalisten überhaupt zu geeigneten Talkgästen?*
- *Hat sich Ihr Auftritt bei "Im Zentrum" auf Ihre Arbeit ausgewirkt?*
- *Wie bewerten Sie die Einladungspolitik bei "Im Zentrum": Ist die Anzahl an Journalisten richtig gewählt? Könnte die Auswahl vielfältiger sein?*

Dabei darf nicht vergessen werden, dass die Antworten auf diese Fragen nur aus einer subjektiven Erfahrung erfolgen können, die keiner wissenschaftlichen Theorie entspricht. Um diese wichtigen Quellen dennoch nutzen zu können, spricht die Wissenschaft von "subjektiven Medientheorien", die bestimmte Charakteristika aufweisen. In einem kurzen Exkurs soll nun die theoretische Grundlage für diese Daten erarbeitet werden, bevor es an die Auswertung geht.

4.3.2 Subjektive Medientheorien

Wie soeben erläutert, wird die Fragebogenerhebung mit Journalisten durchgeführt, die bei "Im Zentrum" zu Gast waren. Sie sind also gewissermaßen selbst Teil des Untersuchungsgegenstandes, ein Umstand, der in der Forschung aufgrund fehlender Distanz durchaus kritisch bewertet wird. Doch gerade diese Erfahrungswerte sollen Einblicke in die Sendungsrealität von "Im Zentrum" erlauben, die dem Zuseher ansonsten verborgen bleiben. Sie sind von unschätzbarem Wert, müssen jedoch kritisch hinterfragt werden, um für dieses Projekt den erhofften Nutzen zu bringen.

Journalisten denken als Teil der Medienwelt wohl tagtäglich über deren Entwicklung nach. Dabei bilden sie Alltagstheorien, die natürlich keinen wissenschaftlichen Standard gerecht werden, aber durch die unmittelbare Teilnahme am System dennoch ihre Gültigkeit beanspruchen dürfen. Diese alltäglichen Theorien hat Hans-Jörg Stiehler unter dem Titel "Subjektive Medientheorien" zusammengefasst. Sie sind in vielen Forschungsprojekten allgegenwärtig, man denke nur an die bereits angeführten Studien zur Berufsfeldforschung. Sie enthalten "Alltagsverständnisse und -vorstellungen von Strukturen, Funktionen und Wirkungen der Medienkommunikation." (Stiehler, 1999: S. 141) Dennoch können sie durchaus einen wissenschaftlichen Mehrwert aufweisen, wie der Autor erläutert:

"Subjektive Medientheorien können daher in ihrer 'Reichweite' ebenso umfassend sein wie Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft, die ohnehin - wenigstens teilweise - ihren Ausgang von alltäglichen Problemen und Vorstellungen genommen haben und weiter nehmen. Allerdings ist das nur eine theoretische Möglichkeit. Denn praktisch sind nicht nur die individuellen Reflexionsmöglichkeiten begrenzt, sondern auch die Handlungsfelder, in denen Menschen aktiv sind und über die sie reflektieren." (Stiehler, 1999: S. 144)

Subjektive Medientheorien sind demnach so vielfältig wie ihre Begründer. Umso wichtiger ist es, bei Forschungsarbeit die spezifischen Merkmale dieser Informationsquelle mitzubedenken (vgl. Stiehler, 1999:, S. 144 ff.):

Sie setzen sich aus Vorstellungen und Wissensbeständen zusammen, die sich aus dem eigenen Medienhandeln und dem Nachdenken darüber entwickeln.

Sie haben im Alltag eine Funktion: Die der Orientierung und Entscheidungsfindung. Demnach erfolgen sie aus Routinen und verkürzen die tatsächlichen Umstände. Sie sind der jeweiligen Logik und den Auffassungen des Befragten unterworfen. Sie sind meist nicht ausformuliert und haben daher einen "impliziten Charakter" (Stiehler, 1999: S. 145). Eine Ausnahme dieser Regel entsteht dann, wenn Alltagsroutinen gestört und daher reflektiert werden.

Sie sind den eigenen Alltagstheorien unterworfen. Um uns in der Welt orientieren zu können, halten wir uns an gewisse Auffassungen, die jedoch nicht hinterfragt werden. Diese fließen in die Wahrnehmung ein.

Oft sind die Befragten mit populären Theorien vertraut. Das trifft auch bei diesem Forschungsprojekt zu, da die ausgewählten Journalisten meist eine akademische Ausbildung absolviert haben. Daher können ihre subjektiven Theorien verwissenschaftlicht werden.

Um subjektive Medientheorien empirisch zu erforschen, ist für Stiehler ein qualitativer Zugang - vorzugsweise mit Interviews - angeraten. Ein exploratives Vorgehen ist nötig, um die Inhalte und Strukturen dieser Annahmen fassen zu können. Dennoch wird der implizite Charakter der subjektiven Medientheorien und damit ihre Nachvollziehbarkeit immer eine unüberwindbare Schwachstelle dieses Zugangs bleiben (vgl. Stiehler, 1999: S. 153).

4.3.3 Zusammenfassung und Analyse

Von den elf Journalisten, die für die Fragebogenerhebung vorgesehen waren, nahmen sechs Befragte (also 55 Prozent) teil. Mit Andreas Koller war darunter nur ein Mann. Ansonsten waren Nina Horaczek, Cathrin Kahlweit, Barbara Coudenhove-Kalergi, Alexandra Förderl-Schmid und Anneliese Rohrer bereit, auf die Fragen einzugehen. Damit kann die Befragung bei weitem keine Repräsentativität für sich beanspruchen, liefert aber wichtige O-Töne von Journalisten, die mit "Im Zentrum" vertraut sind. In diesem Teil der Erhebung ging es darum, die Motive für die Teilnahme an dem Format zu erfragen und welche Gedanken eine Zusage beeinflussen. Außerdem wurden "subjektive Medientheorien" darüber aufgestellt, was Journalisten überhaupt zu begehrten Talkgästen macht. Zuletzt durften die Befragten auch ihre persönliche Meinung über die Einladungspolitik bei "Im Zentrum" äußern. Im Folgenden werden die jeweiligen Fragen

und die dazugehörigen Antworten einzeln abgehandelt.

- Warum nehmen Sie an den Gesprächsrunden von "Im Zentrum" teil?

"Ich nehme teil, wenn mich ein Thema interessiert und es in meiner Kompetenz liegt. Ich muss etwas beitragen können und eine Expertise in diesem Bereich haben", steht für Horacek ihr Sachwissen im Vordergrund. Dem schließen sich auch Rohrer und Förderl-Schmid an, die jedoch auch einen weiteren ausschlaggebenden Punkt ansprechen: TV-Sendungen sind "so etwas wie eine erweiterte Visitenkarte", meint Rohrer. Förderl-Schmid fühlt sich durch ihre Funktion als Chefredakteurin in die Pflicht genommen, für Kahlweit öffnet ein Auftritt bei "Im Zentrum" Türen: "Weil es für meinen Beruf nutzbringend ist, "Im Zentrum" und dabei auch in der österreichischen Öffentlichkeit auch "sichtbar" zu sein - das erhöht den Bekanntheitsgrad", weiß sie. Koller denkt dabei nicht nur an seine eigene Person, sondern auch an den Ruf seiner Zeitung: "Es ist für die Zeitung, für die ich arbeite, unbezahlte Reklame, wenn einer ihrer Redakteure im Fernsehen auftritt. Eine Teilnahme an qualitätsvollen TV-Sendungen erhöht auch meinen eigenen Bekanntheitsgrad, was nicht nur meinem journalistischen Ruf, sondern auch meiner Zeitung zugutekommt." Hinzu kommt für ihn, dass sich die Kompetenzen von Journalisten stark verändern: "Überdies bin ich davon überzeugt, dass ein Journalist heute multimedial arbeiten muss. Das Fernsehen ist einer von mehreren Kanäle, in denen ich meine journalistische Arbeit ausspielen kann", so Koller.

Eine Einladung auszuschlagen, ist darüber hinaus für Coudenhove-Kalergi ein Faux-Pas: "Ich habe teilgenommen, weil ich Absagen anmaßend finde und unhöflich gegenüber einer Kollegin, in diesem Fall Ingrid Thurnher, finde."

Hier greift das journalistische Netzwerk, man hält zusammen und sieht einen Auftritt schon auch einmal als persönliche Bringschuld. Von einigen Befragten wurde die Erhöhung des Bekanntheitsgrades angesprochen; es ist eine Bestätigung, dass sich der Journalismus im Laufe der Zeit verändert hat, man steht nicht länger hinter seinem Werk, sondern muss selbst ins Rampenlicht rücken. Journalisten werden demnach zu Medienpersönlichkeiten, die für ihre Rezipienten weit mehr leisten müssen als das stumme Verfassen von Texten. Zudem ist ein Auftritt bei „Im Zentrum“ eng mit wirtschaftlichen Gedanken verbunden; es geht darum, die eigene Person und das Medium in die Öffentlichkeit zu bringen.

- Was muss man mitbringen, um in einer TV-Diskussion dabei zu sein?

Für Kahlweit sind drei Eigenschaften unentbehrlich: "Redegewandtheit, Selbstsicherheit, Fach/Sachwissen." Auch für Förderl-Schmid spielt die Expertise eine wichtige Rolle. Rohrer spricht den vielfältigen Einsatz von Journalisten in Talkrunden an, wenn sie antwortet: "Hoffentlich Kompetenz, Eloquenz, die Fähigkeit in einer Runde einen gewissen Part zu übernehmen." Coudenhove-Kalergie betont die Wichtigkeit des Ausdrucks: "Die Fähigkeit, einen Standpunkt zu vertreten und einigermaßen schlüssig zu vermitteln." Koller schließt sich dem an: "Das Wichtigste: Man muss sich im Setting einer Diskussion, an der in der Regel lauter Alpha-Tiere teilnehmen, durchsetzen können. Dazu gehört nicht nur gute Rhetorik, sondern auch eine gute Portion Selbstbewusstsein. Weiters muss man als Diskussionsgast meinungsstark sein und seine Meinung in kurzen Sätzen präzise zum Ausdruck bringen können. Und man darf sich nicht vor TV-Kameras fürchten. Und auch nicht vor hunderttausenden Zusehern."

Für Horaczek ist ein Auftritt im Fernsehen auch immer eine Herausforderung: "Man muss selbstbewusst und kompetent auftreten, darf aber auch nicht zu angriffig sein - das ist eine Gratwanderung. Es ist wichtig, in der Argumentation schnell zu reagieren. Und man muss auch einiges einstecken können, immerhin sind die Politiker in der Diskussion geschult."

Ähnlich wie für Politiker reicht es demnach nicht, umfangreiches Wissen in die Diskussion mitzubringen. Auch Journalisten müssen sich fernsehtauglich ausdrücken und verhalten können. Zudem müssen sie sich eine „harte Haut“ zulegen, um in einer Sendung bestehen zu können. Dafür braucht es vor allem eines: Ein gesundes Selbstbewusstsein.

- Was qualifiziert Sie Ihrer Meinung nach als guten Talkgast?

Zu wenig konkret fand Förderl-Schmid die Fragestellung: "Ich weiß nicht, was ein guter Talkgast ist." Koller und Coudenhove-Kalergi beziehen sich in ihren Antworten auf die vorangegangenen Fragen. Sie glauben, diese Voraussetzungen zu erfüllen. Horaczek verweist auf ihre lange Expertise: "Meine Spezialisierung auf Rechtsextremismus, FPÖ und Flüchtlinge. In diesen Bereichen habe ich 15 Jahre Erfahrung." Kahlweit nimmt als Österreich-Korrespondentin eine Sonderstellung ein: "Ich werde eingeladen, um den "Blick von außen" zu liefern, also Einschätzungen einer Nicht-Österreicherin, die im besten Fall eine gewisse Distanz zu Strukturen, Abläufen, Traditionen, Regularien,

Personen hat. Das kann vor allem im politischen Kontext sinnvoll sein, weil ich argumentativ freier bin und im Fall von harter Kritik weniger abhängig von negativen Rückwirkungen auf mein Medium oder meine Person", schildert sie. Außerdem ließen sich so Bezüge zum Ausland herstellen: "Und es trägt im politischen Diskurs dazu bei, aufzuzeigen, wie Entwicklungen außerhalb des Landes gesehen werden, was anderswo anders gemacht wird, und woran sich Österreicher vielleicht schon allzu sehr gewöhnt haben."

Für Rohrer ist entscheidend, dass sie gut mit der Ausnahmesituation einer Fernsehdiskussion umgehen kann: "Die Fähigkeit, nach kurzer Zeit auf die TV-Kameras zu vergessen, was für eine gewisse Lebendigkeit sorgt. Die Routine, Sachen auf den Punkt zu bringen. Die Bereitschaft, in einer Runde die Rolle des Krokodils zu übernehmen." Damit spricht Rohrer gruppensdynamische Prinzipien an, die sie auf Nachfrage genauer erklärt: "Jede TV-Diskussion lebt von Lebendigkeit und ein wenig Drama. Ich werde oft bewusst als "Krokodil" eingeladen, soll heißen, als jemand, der den Konflikt mit anderen Diskussionsteilnehmern nicht ausweicht und ihn sogar sucht, zu pointierten Widerspruch bereit ist." Solche Auftritte sorgen für Aufmerksamkeit, wie Rohrer aus Erfahrung weiß: "Der Kundendienst des ORF verzeichnet dann negative Reaktionen wie "aggressiv" oder "arrogant". Andere Zuseher wissen den Widerspruch aber sehr zu schätzen, weil er Schwung in eine Diskussion bringen kann. Es kann nämlich auch humorvoll abgehen", weiß Rohrer.

Ganz klar: Journalisten sehen ihren Wert demnach in ihrer Rolle als politische Experten. Auch ihre Unabhängigkeit wurde betont, mit der sie sich gegenüber anderen Talkgästen absetzen möchten. Nicht zuletzt gehört auch Unterhaltung zu ihrem Repertoire, wobei man den Mehrwert für den Rezipienten nicht aus den Augen verliert.

- Was macht Journalisten überhaupt zu geeigneten Talkgästen?

"Zeitungsjournalisten haben im TV eine ähnliche Rolle wie Experten", spricht Koller an. "Sie werden also interviewt oder in Talkshows eingeladen, wenn der Sender auf Fremd-Expertise zurückgreifen will. Da das Handwerkszeug der Journalisten die Sprache ist, besteht eine gute Chance, dass sie sich auch im TV halbwegs verständlich ausdrücken können." Dass sich Zuseher von Journalisten vor allem politische Kritik erwarten, weiß Coudenhove-Kalergi: "Gute Journalisten können im Allgemeinen gut formulieren und

sind, im Gegensatz zu Politikern, auch relativ unabhängig. Von ihnen erwarten die Zuschauer eine Außenansicht auf das, was die eingeladenen Politiker zu sagen haben." Auch Kahlweit spricht Journalisten mehr Unabhängigkeit zu: "Sie müssen - anders als Politiker, aber genau wie Experten - nicht auf Koalitionen, Fraktionen, interne Absprachen Rücksicht nehmen und können daher offener diskutieren." Auch für Förderl-Schmid übernehmen Journalisten eine Expertenrolle: "Eine gute Frage, die Sie an die Redaktion stellen sollten, weil Journalisten häufig zu allen möglichen Themen eingeladen sind - quasi als Experten für alles."

Die Fähigkeiten, die ihr Fach mit sich bringt, machen für Horaczek Journalisten als gute Talkgäste aus: "Journalisten können meist gut reden und beschäftigen sich lange mit Themen. Außerdem bringen sie eine Distanz zu einem Thema mit, die man von Betroffenen nicht erwarten kann. Und sie sind es gewohnt, Themen aus verschiedenen Blickwinkel zu betrachten", fasst sie zusammen. Für Rohrer sind aber noch lange nicht alle Journalisten TV-tauglich: "Nicht alle sind geeignet. Manche Journalisten schreiben besser als sie reden. Talkgäste werden aber auch oft nach den Medien, die sie vertreten, ausgesucht", bringt sie einen neuen Aspekt in die Diskussion ein.

Es wird deutlich: Nicht alle Journalisten bringen genügend Fähigkeiten mit, um im Fernsehen bestehen zu können. Ein Auftritt ist jenen vorbehalten, die auch in ihren Redaktionen einen besonderen Mehrwert haben. Sie gelten als Experten und können sich fernsehtauglich artikulieren.

- Hat sich Ihr Auftritt bei "Im Zentrum" auf Ihre Arbeit ausgewirkt?

Kahlweit hat durch die Teilnahme einen größeren Bekanntheitsgrad erreicht, wie sie schon in der ersten Antwort beschreibt. Davon profitiert auch Koller: "Je höher der Bekanntheitsgrad eines Journalisten, desto leichter hat er Zugang zu wichtigen Gesprächspartnern, etwa Ministern und Spitzenkräften in der Wirtschaft. In dieser Hinsicht ist meine TV-Präsenz sicherlich von Vorteil. Dass man als "Talking Head" im TV regelmäßig auf der Straße erkannt wird, ist ein Kollateralschaden oder - nutzen, wie man's nimmt." Horaczek hat der Besuch bei "Im Zentrum" schon neue Recherchen eröffnet: "Es kennen nun mehr Menschen mein Gesicht. Nach den Auftritten haben sich auch schon Leute mit Informationen gemeldet." Für Rohrer erschließt "Im Zentrum" neue Kontakte: "Der Auftritt an sich nicht, aber Gespräche mit Teilnehmern am Rande der

Sendung schon. Zusatzinformationen sind immer verwertbar", erzählt sie.

Ohne Konsequenzen - im positiven wie im negativen Sinne - blieb der Besuch für Coudenhove-Kalergi und Förderl-Schmid. "Aber solche Einladungen anzunehmen ist Teil meines Jobs. Und ich nehme diese Einladungen auch nur an, wenn ich zu dem Thema inhaltlich etwas beitragen kann", hat Förderl-Schmid einen professionellen Zugang.

Wer sich für einen Auftritt bei „Im Zentrum“ entscheidet, für den spielt also auch die eigene Karriere eine Rolle. Der Bekanntheitsgrad wird – ähnlich wie auch bei den Politikern – deutlich gesteigert. Ein Auftritt im TV ist somit auch als Ritterschlag für Journalisten zu verstehen. Ebenso wird es als Aufgabe gesehen, das eigene Medium nach außen hin zu vertreten.

- Wie bewerten Sie die Einladungspolitik bei "Im Zentrum": Ist die Anzahl an Journalisten richtig gewählt? Könnte die Auswahl vielfältiger sein?

Horacek wollte darüber kein Urteil fällen: "Ich habe nicht genau im Blick, wer eingeladen wird." Auch für Förderl-Schmid hat sich diese Frage bisher nicht gestellt: "Da ich die Sendung sehr selten sehe, kann ich die Frage nicht beantworten. Generell bin ich der Ansicht, dass Journalisten zu häufig in Talksendungen eingeladen sind - als Experten für eh alles...". Positiv äußert sich Koller: "Mit der Auswahl der eingeladenen Journalisten bei "Im Zentrum" bin ich einverstanden. Die Kolleginnen und Kollegen machen ihre Sache durchwegs gut. Generell würde ich mich freuen, wenn "Im Zentrum" weniger Partei-Generalsekretäre und Klubchefs sitzen würden und mehr Experten und Journalisten", spricht er den Journalisten eine wichtige Funktion zu.

Kritik kommt von den anderen Befragten: "Ich schätze die Moderatorin von "Im Zentrum", finde die Einladungspolitik dieser Sendung aber nicht gut. Zu viele mediokre Funktionäre, zu wenige interessante Persönlichkeiten, denen man gern zuhört. Ich sehe "Im Zentrum" daher nur sehr selten", gibt Coudenhove-Kalergi zu. Auch Kahlweit ist die Gästeliste zu eintönig: "Ich persönlich finde die Auswahl der Gäste bei "Im Zentrum" zu eindimensional, weil sie allzu häufig aus den im Nationalrat sitzenden Parteien und ihren prominenten Vertretern sowie aus den bekanntesten Journalisten des Landes zusammengesetzt ist. Überraschungseffekte sind selten, ungewohnte Sichtweisen auch", rät sie zu mehr Vielfalt. Dabei macht sie bei sich selbst keine Ausnahme: "Das gilt im Übrigen auch für meine Person. Ich bin seit 4,5 Jahren in Österreich, saß schon einige

Male in der Sendung, man kennt meine Ansichten im Wesentlichen, und es gibt viele andere gute Journalisten, die man stattdessen einladen könnte. Auch der "Blick von außen" ist irgendwann leider einer von halb-innen..." Für Rohrer ist die Einladungspolitik nicht zuletzt eine Frage der Medienlandschaft: "Talksendungen in Österreich leiden grundsätzlich an mangelnder Vielfalt. In Politik und Medien fehlen genügend unterschiedliche Vertreter, die vor einer Kamera mehr als einen geraden Satz sagen können. Deshalb werden auch immer die gleichen Leute eingeladen. Das Land ist zu klein, Politik und Medien sind zu klein."

4.4 Das Gespräch

Um dieser Arbeit noch eine weitere Perspektive zu geben, wurde ein Experteninterview mit der Moderatorin von "Im Zentrum", Ingrid Thurnher, und dem Leiter der ORF-Diskussionsformate, Robert Stoppacher, geführt. Trotz der hohen Praxisorientierung des Themas wurde dabei einem klaren Leitfaden gefolgt, der es erlaubte, den Forschungsbereich klar abzustechen. Die vielen Variablen, die bei dieser Methodenwahl zu tragen kommen, werden im folgenden Kapitel erläutert.

4.4.1 Das Experteninterview

"Experteninterviews werden oft gemacht, aber selten durchdacht", bemerken Alexander Bogner und Wolfgang Menz (2005: S. 33). Tatsächlich ist ein Gespräch mit Experten eine verlockende Aussicht, werden dabei doch exklusive Blicke hinter die Kulissen gewährt.

Wer dabei als Experte gelten kann, hängt zu allererst davon ab, was man überhaupt untersuchen möchte: "'Experte' bleibt insofern ein relationaler Begriff, als die Auswahl der zu Befragenden in Abhängigkeit von der Fragestellung und dem interessierenden Untersuchungsfeld geschieht." (Bogner/Menz, 2005: S. 45). Der Expertenstatus ist demnach "relational" (Meuser/Nagel, 2005: S. 73) und wird "in gewisser Weise vom Forscher verliehen." (Meuser/Nagel, 2005: S. 73). Grundlegend jedoch ist der Experte "als eine Person zu begreifen, die vermittels des Besitzes bzw. der Zuschreibung

besonderer Kompetenzen über einen sozialen Status verfügt bzw. eine Funktion ausübt, die sie in den Stand setzt, ihre Handlungsorientierung und Situationsdefinitionen auch durchsetzungsfähig zu machen." (Bogner/Menz, 2005: S. 66). Dabei geht es nicht nur um das Wissen, sondern auch die Kompetenz der Experten:

"Kennzeichnend für den Experten ist also nicht nur sein - im Verhältnis zu anderen mit dem Problem befassten Personen - exklusiver Wissensbestand, sondern zudem seine (aus Ursachen-Erkenntnis resultierende) verantwortliche Zuständigkeit für die Bereitstellung, Anwendung und/oder Absicherung von Problemlösungen. D.h.: Der Experte trägt letztlich die Verantwortung für die Expertise - unabhängig davon, wer (außer ihm), in welcher Funktion bzw. in welchem Umfang auch immer in deren Entstehungsprozess involviert ist bzw. war." (Pfadenhauer, 2005: S. 116)

Der Unterschied zum klassischen Interview liegt nach Meuser und Nagel darin, dass nicht die Person an sich im Zentrum des Interesses steht, sondern das organisatorische und institutionelle System, in dem sich der Experte bewegt (Pfadenhauer, 2005: S. 72 f.)

Der Sinn eines Experteninterviews liegt demnach darin, Expertenwissen zu rekonstruieren (vgl. Pfadenhauer, 2005: S. 113). Dabei wird diese Methode in verschiedenen Forschungsbereichen eingesetzt, "oft im Rahmen eines Methodenmix, aber auch als eigenständiges Verfahren." (Meuser/Nagel, 2005: S. 72) Doch trotz seiner großen Beliebtheit fehlt es an der methodischen Aufarbeitung des Experteninterviews; Bogner und Menz versuchten daher, eine Typologie des Experteninterviews aufzustellen, die sich nach dem jeweiligen Erkenntnisinteresse richtet.

Exploratives Experteninterview: Sowohl quantitative als auch qualitative Studien nützen die Methode gerne "zur Herstellung einer ersten Orientierung in einem thematisch neuen oder unübersichtlichen Feld (...), zur Schärfung des Problembewusstseins des Forschers oder auch als Vorlauf zur Erstellung eines abschließenden Leitfadens." (Bogner/Menz, 2005: S. 37). Vergleichbare, vollständige oder standardisierbare Daten können dabei allerdings nicht geboten werden, was den explorativen Zugang von den anderen Typologien abgrenzt.

Systematisierendes Experteninterview: Hier zielt der Forscher auf Praxiswissen ab. Er will eine "systematische und lückenlose Informationsgewinnung" (Bogner/Menz, 2005: S. 37) erreichen. Hier fungiert der Experte als Ratgeber. Durch das Forschungsziel lassen sich hier auch quantitative Zugänge gut umsetzen.

Theoriegenerierendes Experteninterview: Sinn und Zweck des Interviews ist es, subjektive Erfahrungswerte zu sammeln. Es wird nach "(impliziten) Wissensbeständen, Weltbildern und Routinen" (Bogner/Menz, 2005: S. 38) gesucht, die essentiell für das Funktionieren sozialer Systeme sind.

Sein Wissen ist es also, das den Experten erst zum Experten macht. Dabei haben wiederum Bogner und Menz drei Dimensionen des Expertenwissens bestimmt: Das technische Wissen erklärt, wie etwas gemacht wird, es beruft sich auf alltägliche Routinen. Das Prozesswissen gibt Einblick, wie eine Organisation oder eine Institution tickt, es eröffnet einen exklusiven Blick hinter die Kulissen. Das Deutungswissen schließlich bezieht sich auf die persönlichen Erlebnisse und Erfahrungen des Befragten (vgl. Bogner/Menz, 2005: S. 43 f.) Dabei macht "Nicht die Exklusivität des Wissens (...) den Experten für das deutungswissensorientierte Interview interessant, sondern seine Wirkmächtigkeit." (Bogner/Menz, 2005: S. 45)

Doch natürlich gibt es bei dieser Form der Datenermittlung schier unzählige Faktoren, die sich sowohl positiv als auch negativ auf den Gesprächsverlauf auswirken können. Das beginnt schon beim ersten Eindruck, der Sympathie oder Antipathie zwischen dem Befragten und dem Interviewer schafft. Welche "Rollenerwartungen und Kompetenzzuschreibungen" (Bogner/Menz, 2005: S. 61) entstehen, hängt unter anderem ab von:

- *Alter*
- *Geschlecht*
- *Qualifikationsstatus*
- *Fachkenntnisse*
- *Sprachkompetenz*
- *institutionelle Herkunft*
- *akademische Titel*

Was Bogner und Menz betonen, ist die Bedeutung der Selbstdarstellung und die Vorstellung des Forschungsvorhabens, und zwar vor und im eigentlichen Gespräch (vgl. Bogner/Menz, 2005: S. 61).

Um mit dem Experten auf Augenhöhe zu kommunizieren, schlägt Pfadenhauer vor, sich möglichst gut vorzubereiten:

"Konstitutiv für das Experteninterview ist (...) der Erwerb eines hohen Maßes an thematischer Kompetenz seitens des Interviewers vor der Durchführung des Experteninterviews. Dies impliziert, dass sich der Interviewer mit allem ihm zur Verfügung stehenden Mitteln möglichst viel von jenem - relativ exklusiven - Sonderwissen aneignet, das der Experte in der Regel in einem langwierigen (sekundären) Sozialisationsprozess erworben hat." (Pfadenhauer, 2005: S. 125)

Dennoch raten Bogner und Menz dazu, sich von einer idealisierten Vorstellung eines Interviews zu distanzieren und den Mut zu Fehlern zu haben: "Der Plan der einen perfekten, d.h. möglichst störungsfreien Kommunikationssituation sollte aufgegeben werden, da er letztlich von der Idee einer Datenproduktion unter laborähnlichen Bedingungen getragen wird. (...) Es gilt vielmehr, diese als Störung apostrophierten Interaktionseffekte als konstitutive und darüber hinaus produktive Komponenten eines jeden Interviewverlaufs zu begreifen." (Bogner/Menz, 2005: S. 67)

4.4.2 Die Auswertung

Das Gespräch war dialogisch aufgebaut. Die Idee dahinter war, dass sich die beiden Gesprächspartner gegenseitig Inputs geben, was auch gut gelungen ist. Zunächst galt es, einen Blick hinter die Kulissen von „Im Zentrum“ zu werfen und zu zeigen, wie eine Sendung zustande kommt.

Ein erster großer Punkt ist dabei die Themenwahl: Sie erfolgt, wie Stoppacher erläutert, anhand aktueller Geschehnisse: „Die Themenstellung ergibt sich aufgrund der aktuellen Entwicklungen, sei es national oder international, sei es im Bereich Innenpolitik, sei es chronikal, sei es wirtschaftspolitisch... es ergibt sich durch die Ereignisse auf der Welt.“ Dabei ist ein hoher Aktualitätsbezug gegeben; bis kurz vor dem Beginn der Sendung kann

sich noch vieles ändern. Meistens bieten sich jede Woche mehrere Themen an, die sich für eine Sendung eignen würden. Haben sich die Macher auf ein Themengebiet festgelegt, geht es an die Auswahl und Einladung der Gäste.

„Naja, ich würde es so sagen, auch bei der Themenstellung – es gibt ja Wochen, da haben wir zwei, drei gleichwertige Themen, ja. Und wir haben immer, eigentlich zu jedem Thema, eine absolute Number One, Top-Top-Wunschliste an Gästen, das gibt es immer. Das ist sozusagen die Wunschliste ans Christkind, die spielt es meistens nicht. Und wenn wir sehen, dass bei einem Thema unsere Gästevorstellungen sich überhaupt nicht materialisieren, dann kann es im schlimmsten Fall auch sein, dass wir ein anderes Thema hernehmen“, schildert Thurnher.

Dabei gibt es auch Themen, die zwar aktuell sind, aber zeitlich nicht an ein bestimmtes Ereignis gebunden. Solche Themen lassen sich auch aufschieben, vor allem dann, wenn man so einen wertvollen Gesprächspartner gewinnen kann, der ansonsten keine Zeit gefunden hätte.

Die Zusammensetzung der Gäste ist dabei das Um und Auf: „Hier kommt es ja auch auf die Zusammensetzung an – das muss irgendwie ausgewogen sein, es muss halt einen Protagonisten geben und einen Antithesenvertreter und einen Experten, Mann-Frau-Mischung... also es gibt viele Anforderungen“, so Thurnher. Daher ist es wenig verwunderlich, dass die gewünschten Gäste nicht immer für eine Diskussion gewonnen werden können. In diesem Fall wird versucht, die Position durch jemand anderen zu ersetzen: „Und wenn die Topliste nicht geht, dann werden wir versuchen, jede Position durch eine andere zu ersetzen. So ungefähr muss man sich dieses Matrixspiel in etwa vorstellen“, erklärt Thurnher.

Demnach ist alles andere als ein Leichtes, eine funktionierende Gesprächsrunde zusammenzustellen. Dass die Auswahl der Gäste jedoch Einfluss auf die Themenwahl nimmt, wehren die Gesprächspartner entschieden ab. „Eigentlich nein, wenn ein Thema sein muss, muss es sein, und dann kann man sich höchstens überlegen, handelt man es mit Playern irgendwie ab oder mit Experten...“, betont Thurnher die nötige Flexibilität. Zentral ist es, die nötigen Standpunkte in der Sendung vertreten zu haben. Dabei schöpft man aus einem breiten Pool an möglichen Gästen, wie Stoppacher beschreibt: „Die Zahl

der möglichen Teilnehmer, wenn ich die Bildungsdebatte hernehme, die ich in meiner Datei habe oder im Kopf habe, ist enorm, da haben wir ja so viele Möglichkeiten etwas zusammenzusetzen.“ Natürlich kann es bei einem neuen Themengebiet auch sein, dass völlig neue Gesichter für die Diskussion gesucht werden müssen. Hingegen sind die Wunschkandidaten der Parteien bei „Im Zentrum“ nicht allzu gerne gesehen: Man will hier klar die Oberhand behalten. „Das haben wir nicht gern. Das glauben aber einige noch immer – wir schicken euch den und den – nein, wir laden ja ein“, macht Thurnher klar.

Vor diesem Hintergrund wird auch deutlich, warum Journalisten gern gesehene Gäste in der Sendung sind: Sie sind für die Sendungsmacher Experten zu bestimmten Themen. Außerdem bringt es der Beruf mit sich, dass sie eine klare Position beziehen und pointiert formulieren können:

„Es geht darum, dass wir bei manchen Themen – es gibt ja Journalisten, die sich sehr stark mit bestimmten Themen beschäftigen, sei es jetzt Bildungspolitik oder Wirtschaftspolitik – das ist einmal ein Kriterium, die sind ja Experten für das. Dann gibt es die Variante, dass wir wollen, dass Menschen auch pointiert formulieren. Es sitzt ja immer eine Journalistin drinnen, die Ingrid, die kann pointiert formulieren, aber da sie ja die Moderatorin ist und nicht die, die zuspitzt auf eine bestimmte Seite, brauchen wir Menschen, die eine bestimmte Seite in dieser Diskussion – sie hat ja mehrere Seiten hat, vielleicht zwei, vielleicht auch mehr – sich zu einer bestimmten Seite bekennen und einen wortgewaltigen Fürsprecher einer Sache haben“, erläutert Stoppacher.

Er gibt auch zu, dass Journalisten ab und an auch aus Verlegenheit um einen anderen Gesprächspartner eingeladen werden, was ihren vielfältigen Einsatz beweist. Eine wichtige Quelle, um den „passenden“ Journalisten für eine Diskussion zu finden, sind dabei Kommentare, in denen sich die Meinung klar herauslesen lässt. So erklärt es sich für Thurnher und Stoppacher auch, dass vor allem Journalisten der Printmedien, die zu den Qualitätsblättern zählen, in den Diskussionen vertreten sind: „Aber bei den großen Blättern, Presse, Standard, gibt es einen großen Pool an Leuten, die Kommentare schreiben und sich eben zum Kommentarschreiben auch meinungsbildnerisch betätigen müssen, weil wenn sie sich keine Meinung bilden können sie auch keine schreiben“, so Thurnher. Dabei ist für Stoppacher der Qualitätsanspruch essentiell: „Die Kommentare sind auch differenzierter. Wenn man so einen Presse- oder Standard Kommentar liest, ist

er differenzierter und tiefergehend und analytischer als ein Kommentar, jetzt ohne Wertung, aus den Boulevardmedien.“

Ein wichtiger Grund für eine Einladung ist für Thurnher, dass Journalisten die „Stimme des Volkes“ widerspiegeln:

„Ein Aspekt ist auch, wir überlegen uns, wo kriegen wir die Stimme des Volkes her, wo kriegen wir denjenigen her, der uns formuliert, was sich die Leute eigentlich so denken. Die Leute gibt es nicht, die Menschen gibt es nicht, es gibt ja auch nicht diese eine Meinung, aber es gibt halt oft die Problematik, dass wir uns bei manchen Standpunkten extrem schwer tun, weil manche Gruppen keine Repräsentanten haben.“

Damit nehmen Journalisten eine einzigartige Position ein, die auch auf eine entsprechende Unabhängigkeit zurückzuführen ist.

Die Anforderungen, die an die geladenen Journalisten gestellt werden, sind grundlegend Redegewandtheit und der Wille zur Diskussion. Dabei gibt es – wie es auch in der Wissenschaft vermutet wird – so genannte „bon clients“, die man besonders gerne zu Gast hat. Umgekehrt streben auch die Journalisten einen Auftritt bei „Im Zentrum“ an: „Das kann man ja auch sagen: Gerade unter Journalisten herrscht ja eine gewisse Eitelkeit, und Journalisten haben es ganz gerne, bei uns eingeladen zu werden. Und die fragen dann auch nach, ob sie nicht mal wieder dabei sein dürfen“, verrät Stoppacher.

Doch nicht immer trauen es sich Journalisten zu, in einer Liverunde vor Publikum und Zusehern zu debattieren:

„Wissen Sie, es gibt auch Journalisten, die haben wir mehrfach eingeladen. Und die sagen: Nein, das überfordert mich, das traue ich mir nicht zu. Wir verlangen, wir erwarten natürlich auch viel von Leuten, und wenn sich die da reinsetzen müssen sie entweder eine Stunde lang gehalten oder eine sehr klare Position vertreten, sehr stark sein, und von Journalisten im Besonderen erwartet man natürlich, dass sie sehr eloquent sind“, ist sich Thurnher bewusst.

Zweifler seien jedoch die Ausnahme, wie Stoppacher betont: „Die meisten meinen natürlich schon, dass sie das könnten und wahnsinnig gut sind.“ Generell wird ein Auftritt

aber gerne angenommen, lediglich internationale Journalisten, die weniger Wert auf den österreichischen Markt legen, erteilen auch schon einmal einen Korb.

Anhand der Sendungsanalysen wurde auch die Geschlechterverteilung hinterfragt. Dabei wird auf eine Vielfalt geachtet: „Frauenförderung ist jetzt nicht unser Thema, aber wir wollen natürlich schon in unserer Runde, dass Frauen repräsentiert sind, möglichst in großer Zahl. Frauen können dasselbe wie Männer, bei Journalisten ist das genauso, also...“, so Stoppacher.

Obwohl sich gerade Fernsehjournalisten ideal für eine Sendungsdebatte eignen würden, werden diese nicht eingeladen. Kein Wunder, liegt doch hier ein klares Konkurrenzverhältnis vor: „Das wäre ja komisch“, findet Thurnher. Hier schöpft man lediglich aus den eigenen Reihen, wobei die ORF-Journalisten nicht in ihrer Rolle als Journalisten, sondern wiederum als Experten eingeladen werden, so wie Karim El-Gawhary.

Die Vorteile, die Journalisten als Gesprächspartner mitbringen, liegen für die beiden auf der Hand: Es geht um das „pointierte Formulieren, das Zuspitzen“, so Thurnher. Dabei sind Journalisten verlässliche Gäste, die nicht von ihrer Position abrücken. Als Vergleich werden dabei Kabarettisten genannt, die sich zwar ebenso intensiv mit Politik auseinandersetzen, aber oft hinter den Erwartungen der Sendungsmacher bleiben, da ihre Kritik zu allgemein ausfällt.

Die in der Sendungsanalyse vermuteten Einflussfaktoren wie räumliche Nähe spielen für die Einladungspolitik keine Rolle: „Nein, nicht wirklich. Selbst wenn sie in Graz zuhause wären oder in Innsbruck würden wir sie auch holen“, so Stoppacher. Ebenso werden Journalisten nicht aus „Verhaberung“ eingeladen oder deshalb, weil sie kein Geld für einen Auftritt verlangen, aber dennoch eine Expertenrolle übernehmen können. „Na, er muss auch was beitragen können, also wenn der nett ist und man geht abends auf ein Bier ist das eine Sache, aber in der Sendung, da muss der performen, da spielt alles andere eigentlich dann keine Rolle“, will sich Thurnher hier abgrenzen. Außerdem habe ein Auftritt für beide Seiten Vorteile, das Persönliche stehe dabei im Hintergrund. Nachteile ergeben sich durch die Arbeit mit Journalisten für sie keine: „Außer dass wir über die Jahre hinweg schauen müssen auf eine gewisse Ausgewogenheit. Dass wir immer nur von einer Zeitung Leute haben, würden wir auch nicht wollen.“ Zudem werden Journalisten

gerne als „Garnierung“ einer Runde eingesetzt. Es gibt auch Journalisten, auf die man jederzeit zurückgreifen kann und die die Sendungsmacher nicht im Stich lassen würden.

Ein klarer Vorzug von Journalisten liegt darin, dass sie sich zu vielen Themen äußern können: „Die wissen immer etwas zu sagen“, so Stoppacher. „Es ist ja ihr Job über alles und jedes irgendwie ein bisschen was zu wissen“, so auch Thurnher. Einen Schwerpunkt bildet dabei dennoch die Innenpolitik. „Dass man Journalisten auch mit besonders schwierigen Gesprächspartnern kombiniert, kommt schon einmal vor. Als Beispiel diene die Gesprächsrunde mit Frank Stronach aus 2012: „Ehrlich? Ich glaube das war damals so – das war ja vor seiner Parteigründung – da wollte sich glaube ich kein politischer Vertreter mit ihm hinsetzen“, gibt Thurnher Einblick. Dass Journalisten aber Experten für „eh alles“ seien, wie es in der Fragebogenerhebung gefallen ist, kann Stoppacher nicht bestätigen: „Nicht jeder für alles. Da gibt es nach Bereichen schon unterschiedliche Experten, im Wirtschaftsbereich oder im inner- oder außerpolitischen Bereich, da achten wir schon drauf. Die meisten, die wir haben, kommen natürlich aus dem innerpolitischen Bereich. Und da gibt es auch Abstufungen – wenn es um Verfassung, das große Ganze etc. geht, fallen uns bestimmte ein, und wenn es um Parteien geht, die wir analysieren sollen, andere.“

Die Einladungspolitik richtet sich nach der aktuellen Medienlandschaft, die sich ja laufend verändert. Was Thurnher jedoch vermisst, sind große Medienpersönlichkeiten: „Diese großen, großen Stimmen, die fehlen bei uns ein bisschen.“ Hier kommt auch wieder zu tragen, ob sich Journalisten einen Auftritt überhaupt zutrauen und genügend Selbstbewusstsein dafür mitbringen. Außerdem braucht es die volle Rückendeckung des Verlages oder Medienhauses. Eifersucht ist im Konkurrenzgeschäft Journalismus vorprogrammiert: „Es berichten auch die Journalisten aus den Redaktionen, dass das gar nicht so einfach ist, wenn man da auftritt, weil man da ja auch die Anfeindungen der Kollegenschaft im eigenen Haus hat“, weiß Stoppacher. Daher konzentriert man sich bei den Einladungen auf Chefredakteure und Ressortleiter.

Journalistenrunden, wie es sie zwischen 2011 und 2015 jedes Jahr gab, sind keine Tradition, sondern themenorientiert:

„Es gibt immer wieder so Gelegenheiten, so 100 Tage nach der Wahl oder so, Anlässe, wo wir sagen, da sollten wir mal wieder einen etwas größeren Blick

wagen, unterschiedliche Sichtweisen darauf legen. Wenn man jetzt eine politische Runde macht, muss man wieder von allen Parteien jemanden einladen, das hat etwas Redundantes. Da lade ich lieber ein paar Journalisten ein. Die einen sagen, die Regierung macht sich toll, die anderen sagen, es wird bald Neuwahlen geben oder so, und dann kann man lustvoll – das ist ja etwas, das Journalisten irrsinnig gern machen, zum Gaudium des Publikums so ein bisschen spekulieren, wie ein Ärztekollegium, das über einen komplizierten Fall berät, so Dr. House-mäßig irgendwie“, schildert Thurnher.

Nicht zuletzt aufgrund dieser Liebe zur Diskussion seien Journalisten gute Medienpersönlichkeiten. Hinzu kommt, dass Journalisten gerne Unerwartetes und Überraschendes in die Show mitbringen. „Und ein Journalist wählt auch mal ein bisschen schräge Zugänge und Formulierungen, und das kann auch erfrischend sein“, so Stoppacher.

Dass auch Journalisten von einem Auftritt profitieren, liegt auf der Hand. Das sei auch eine Frage der Eitelkeit, wie Stoppacher weiß: „Und im Fernsehen vor einer halben Million Menschen aufzutreten, live, ist ja etwas, wo man dann bekannt wird und wenn man dort auch seine Überlegungen präsentieren kann – und nicht nur im eigenen Blatt – dann ist das natürlich eine Herausforderung und auch eine Möglichkeit, über den Tellerrand hinaus zu wirken.“ Für Thurnher geht es schlichtweg auch um die Werbewirkung für das eigene Blatt. Doch trotz dieser vielen guten Gründe, bei „Im Zentrum“ mitzuwirken, habe sich die Zahl der Journalisten als Talkgäste im Laufe der Jahre nicht erhöht. Das führt Thurnher auf die Überschaubarkeit der Medienlandschaft zurück:

„Ich habe auch nicht den Eindruck, dass es mehr geworden ist, ich habe den Eindruck, dass es in Deutschland sehr viel mehr geworden ist über die Jahre, weil dort die Zahl der Talkshowformate so extrem gestiegen ist. Und die muss ich natürlich auch bestücken, die wollen ja auch nicht den Wanderzirkus und jedes Mal die gleiche Runde in jedem Sender haben. Und deswegen glaube ich, in Deutschland ist es schon sehr viel mehr geworden. Bei uns... wir haben ja auch einen sehr begrenzten Pool. Wir haben ja jetzt nicht tausend Journalisten.“

Für Thurnher sind Journalisten als Sendungsgäste ein klarer Gewinn: „Auf die kann man sich immer verlassen.“ Nichts desto trotz gibt es auch Konflikte, vor allem bei Meinungsverschiedenheiten.

„Es gibt durchaus auch Konfliktpotenzial; ich war mir zuletzt mit einem Journalistenkollegen nicht ganz darüber einig, wie denn die Betrachtung der Kandidatur von Herrn Lugner bei der Bundespräsidentenwahl zu bewerten sei, medial. Und der Kollege hat dann in der Live-Sendung sehr heftige Kritik am ORF geübt. Ja, wenn er meint, er muss das machen, wenn er in einer ORF-Sendung zu Gast ist... Kam jetzt nicht so gut an, muss ich ehrlich sagen, das wirkt ein bisschen komisch. Aber gut, soll sein, ist ja kein Beinbruch.“

Dass man ihr ihre Vormachtstellung als Moderatorin streitig machen wollte, könne sie nicht bestätigen:

„Das ist ja ganz etwas anderes, die sind ja dann wirklich als „moralische Autoritäten“ gefragt oder als wirkliche Kenner der Szene. Die sind in der Rolle, Antworten geben zu dürfen, nicht Fragen stellen zu müssen. Da ist eine ganz andere Rollenverteilung da. Sie sind da, dank ihrer Fachkompetenz, und nicht als Journalist, der dann der Fragesteller ist. Gar nicht. Sie dürfen antworten, und das ist doch auch schön.“

Ein großer Punkt sei auch, dass Journalisten eine große Lust an der Diskussion mitbringen, was so mancher Politiker hingegen vermissen lässt.

Eine große Rolle für jede Gesprächsrunde spielt die Inszenierung: Hier kommt es stark auf die Vergabe der Sitzplätze an:

„Die Hauptprotagonisten der konträren Positionen sitzen immer links und rechts von mir, und außen tun wir dann – man könnte sagen die Sekundanten – die auf der Linie sind, die anderen, die auf der Linie sind. Dann haben wir immer eine fünfte Position, das ist die Expertenposition. Die sitzt aus Platzgründen halt auf dieser Seite“, beschreibt Thurnher.

Denn natürlich wird eine Sendung von mehreren Kameras begleitet, die die Gesprächsteilnehmer auch entsprechend einfangen können müssen. Die Platzierung lässt sich demnach auch auf rein technische Gründe zurückführen. Journalisten haben keinen

fixen Platz in den Runden, es kommt auf ihre Position zu der Thematik an. „Standpunkt und Sitzpunkt bestimmt den Standort, wie es so schön heißt“, so Stoppacher. Die richtige Sitzplatzwahl entscheidet demnach wesentlich über den Erfolg einer Diskussionsrunde. Doch gerade hier spielen viele Befindlichkeiten hinein:

„Wenn man sich gegenüber sitzt, tut man sich viel leichter, sich gegenseitig zu attackieren, als wenn man nebeneinander sitzt. Das ist ganz schwierig. Wir haben auch manchmal Diskussionen gehabt, wo die Leute die Besetzung kannten und dann gesagt haben: Ich will aber nicht neben dem sitzen“, spricht Thurnher aus Erfahrung.

Vor allem bei politischen Themen haben Talkgäste Angst, durch ihre Sitzposition in eine Ecke gestellt zu werden.

Thurnher selbst wird als Moderatorin nicht zu Fernsehdiskussionen eingeladen, wobei wiederum das Konkurrenzdenken mitspielt. Sie würde aber, ähnlich wie es ihre Kollegen in der Fragebögen erläutert haben, nur dann zusagen, wenn sie eine Expertise zu der Thematik mitbringt: „Ich möchte schon über ein Thema reden, wo ich das Gefühl habe, das ist genau meins.“

Journalisten als Talkgäste zu haben, bringt jedoch nicht nur für den Journalisten Werbewirksamkeit mit sich, sondern auch für „Im Zentrum“: Man verspricht sich eine Berichterstattung in Form einer Auftrittsankündigung und im Idealfall auch eine Nachberichterstattung. Reaktion zu Auftritten von Journalisten beim ORF-Kundenservice ist den beiden Sendungsverantwortlichen nur eine in Erinnerung: Die lilafarbenen Socken von Christian Rainer wurden nach der Gesprächsrunde mit Frank Stronach heiß diskutiert.

5. Conclusio und Forschungsausblick

Am Anfang dieser Arbeit standen die Neugier und der Ehrgeiz, ein bisher unbehandeltes Phänomen theoretisch zu fundieren und empirisch zu erforschen. Dabei wurde explorativ vorgegangen, um erste Daten und O-Töne zu der Relevanz von Journalisten als Talkgäste sammeln zu können.

Zunächst wurde eine theoretische Grundlage erarbeitet, die für das Thema als hilfreich erachtet wurde. Es gibt bereits eine breite Forschung zu politischen Diskussionsformaten, die auch viele Kritikpunkte aufwirft. So werden Polit-Diskussionen im Fernsehen vor allem als Plattform für die Selbstdarstellung von Politikern gesehen. Dabei ist allerdings anzumerken, dass sich die Wissenschaftler bisher stark auf Elefantenrunden vor den Wahlen konzentriert haben, wodurch es zu einer Verzerrung kommen kann. Kritisiert wird auch die eintönige Einladungspolitik, durch die Debattenshows alles andere als repräsentativ für einen öffentlichen Diskussionsprozess sind. Auch die Inszenierung von politischen Talkshows und die besondere Rolle der Moderation wurden hinreichend behandelt.

Mit der Abhandlung des journalistischen Starsystems, der Theorie der Medienpersönlichkeiten und der Selbstreferenz von Medien wurde versucht, das untersuchte Phänomen theoretisch zu erschließen und Rückschlüsse zu erlauben.

Erste konkrete Erkenntnisse waren jedoch nur durch eine empirische Abhandlung möglich. Dabei wurden drei verschiedene Zugänge gewählt, die aufeinander basieren: Zunächst wurde eine Analyse der „Im Zentrum“-Sendungen der Jahre 2011 bis 2015 vorgenommen. Es zeigte sich, dass Journalisten vor allem bei politischen Themen eingeladen wurden, aber auch im Rahmen gesellschaftlicher Diskussionen oder Debatten zum aktuellen Zeitgeschehen gerne gesehen sind. Auf den Gästelisten sind durchwegs die großen Namen der heimischen Medienszene zu lesen, wobei man sich auf Printmedien konzentriert. Aus dem TV-Bereich wurden nur Vertreter des eigenen Mediums geladen. 2011 waren nur in acht Runden Journalisten zu Gast, in den darauffolgenden Jahren lag man bei 15 bis 18 Sendungen, in denen Journalisten mitdiskutierten. Die Geschlechterverteilung war dabei gerecht gewählt. Jedes Jahr gab es eine große Journalistenrunde, bei der gleich mehrere Journalisten zu Gast waren.

Anhand der Zählung wurde deutlich, welche Journalisten bereits mehrmals bei „Im Zentrum“ zu Gast waren. Diese wurden gebeten, einen Fragebogen zu ihren Auftritten in der Show zu beantworten. Sechs von elf Befragten erklärten sich bereit, die Fragebögen zu beantworten, worunter nur ein Mann war. Theoretisch wurde diese Herangehensweise mit dem Ansatz der „Subjektiven Medientheorien“ fundiert.

Unentbehrlich ist für die Journalisten, eine Expertise zu einem Gesprächsthema mitzubringen. Angenehme Nebeneffekte der Auftritte sind dabei unbezahlte Reklame für das Blatt und die Erhöhung des eigenen Bekanntheitsgrades. Um in der Diskussion bestehen zu können, braucht es ein gesundes Selbstbewusstsein, Redegewandtheit und die sprichwörtliche „harte Haut“. Außerdem muss man mit dem besonderen Setting einer Fernsehproduktion zurechtkommen. Die Einladungspolitik bei „Im Zentrum“ wird als zu wenig vielfältig beurteilt.

Um auch die Perspektive der Sendungsmacher miteinzubringen, wurde ein Experteninterview mit der Moderatorin der Sendung, Ingrid Thurnher, und dem Sendungsverantwortlichen, Robert Stoppacher, geführt. Dabei konnte ein Blick hinter die Kulissen der Produktion geworfen werden. Es wird stets ein aktuelles Thema gewählt, wobei sich auch oft mehrere Themen anbieten würden. Hat man sich auf einen Titel der Sendung festgelegt, wird eine Gästeliste erarbeitet. Es kommt jedoch häufig vor, dass man die Wunschgäste nicht für eine Diskussion gewinnen kann. Ihre Position wird dann durch einen anderen Vertreter ersetzt.

Die Zusammensetzung der Runde und die Sitzpositionen der Talkgäste sind das Um und Auf für eine gelungene Produktion. Journalisten sind dabei gern gesehene Gäste, weil sie Expertise in verschiedenen Themenbereichen – meistens jedoch Innenpolitik – mitbringen. Hinzu kommt, dass sie redegewandt sind und ihren Standpunkt beharrlich vertreten, was in einer Diskussion sehr wertvoll ist. Sie werden von den Sendungsmachern auch als „moralische Autoritäten“ und die „Stimme des Volkes“ gesehen.

Die Verantwortlichen wählen ihre Gäste unabhängig aus. Natürlich kommt es aber auch einmal vor, dass Journalisten aktiv nach einer Einladung fragen. Kein Wunder, denn mit jedem Auftritt geht eine Bewerbung für das Blatt und die eigene Person einher. Von einer „Verhaberung“ möchten sich Stoppacher und Thurnher aber klar abgrenzen. Sie

beobachten die Medienlandschaft sehr aufmerksam und wählen die Journalisten meist aufgrund ihrer Kommentare für eine Sendung aus. So ergibt es sich auch, dass vor allem Journalisten aus Qualitätsmedien zu Gast sind. Fernsehjournalisten werden aufgrund der Konkurrenzsituation ausgeklammert.

Dass die Zahl der geladenen Journalisten über die Jahre gestiegen wäre, konnten die Gesprächspartner nicht beobachten. Jedoch ist es schwer, in der überschaubaren Medienlandschaft Österreichs eine gewisse Ausgewogenheit zu erreichen.

Die Moderatorin schätzt Journalisten als Talkgäste sehr, da sie eine verlässliche Performance liefern und ideale Medienpersönlichkeiten darstellen. Dennoch gibt es hier ein Konfliktpotenzial zwischen ihr und ihren Kollegen. Zu einem Rollenkampf zwischen den Journalisten und Thurnher sei es jedoch nie gekommen; die Journalisten kämen, um Antworten zu geben, nicht um Fragen zu stellen.

Natürlich war diese Forschungsarbeit erst ein Anfang. Es muss noch vieles geschehen, um die Relevanz von Journalisten als Talkgäste akkurat aufzuarbeiten. Dabei wäre es lohnend, einen internationalen Rahmen zu wählen, da die Medienlandschaften verschiedener Länder unterschiedlich ticken. Will man sich auf Österreich konzentrieren, kann man ähnliche Untersuchungen bei anderen Formaten durchführen und dann Vergleiche ziehen. Auch die Perspektive der Journalisten könnte mit einer größeren Stichprobe besser erarbeitet werden. In persönlichen Interviews gäbe es zudem die Möglichkeit, genauer nachzuhaken und ausführlichere Informationen zu erhalten.

Die historische Entwicklung der Relevanz von Journalisten als Talkgäste ist bei diesem Forschungsprojekt noch zu kurz gekommen. Hier könnte man mit Sendungsanalysen, die weiter zurückreichen, und anderen Gesprächspartnern arbeiten. Grundsätzlich könnte das Begutachten mehrerer Sendungen mehr Aufschluss über die Inszenierung und das Verhalten von Journalisten in den Gesprächsrunden geben. Gekoppelt mit Interviews ließen sich so sicher weitere Erkenntnisse erzielen.

6. Verwendete Quellen

Bacher, Gerd: *Journalismus mit terroristischen Zügen*. In: Salzburger Nachrichten, 29.9.1986, S. 2. Zit. nach: Fabris, Hans Heinz: *Der verspätete Aufstieg des Journalismus in der Zweiten Republik*. In: Fabris, Hans Heinz/Hausjell, Fritz (Hrsg.): *Die vierte Macht: Zu Geschichte und Kultur des Journalismus in Österreich seit 1945*. Wien, Verlag für Gesellschaftskritik, 1991. S. 11 - 28.

Bleicher, Joan Kristin: *Unterhaltung in der Endlosschleife oder wie das Fernsehen mit sich selbst spielt*. In: Latzer, Michael/Maier-Rabler, Ursula/Siegert, Gabriele/Steinmaurer, Thomas (Hrsg.): *Die Zukunft der Kommunikation: Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft*. Innsbruck, Wien, Studienverlag, 1999. S. 155 - 128.

Blöbaum, Bernd: *Selbstreferentialität und Journalismus. Eine Skizze*. In: Latzer, Michael/Maier-Rabler, Ursula/Siegert, Gabriele/Steinmaurer, Thomas (Hrsg.): *Die Zukunft der Kommunikation: Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft*. Innsbruck, Wien, Studienverlag, 1999. S. 181 - 188.

Bogner, Alexander/Menz, Wolfgang: *Das theoriegenerierende Experteninterview. Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion*. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005 (2. Auflage). S. 33 - 71.

Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005 (2. Auflage).

Bourdieu, Pierre: *Über das Fernsehen*. Frankfurt/Main, Suhrkampverlag, 1998.

Burger, Harald: *Das Gespräch in den Massenmedien*. Berlin, Walter de Gruyter-Verlag, 1991.

Bruns, Tissy: *Geleitwort*. In: Weichert, Stephan/Zabel, Christian (Hrsg.): *Die Alpha-Journalisten. Deutschlands Wortführer im Porträt*. Köln, Halem-Verlag, 2007. S. 9 – 12.

Dernbach, Beatrice: *Was schwarz auf weiß gedruckt ist. Vertrauen in Journalismus, Medien und Journalisten*. In: Dernbach, Beatrice/Meyer, Michael (Hrsg.): *Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften: 2005. S. 135 – 154. Zit. nach: Pürer, Heinz: *Journalismusforschung*. Konstanz, UVK-Verlag, 2015.

Dernbach, Beatrice/Meyer, Michael (Hrsg.): *Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005.

Dovifat, Emil: *Die publizistische Persönlichkeit* (1963). In: Dovifat, Emil: *Die publizistische Persönlichkeit*. In Memoriam Emil Dovifat zum 100. Geburtstag am 27. Dezember 1990. Hrsg. von Dorothee von Dadelsen. Berlin, New York, de Gruyter-Verlag, 1990. S. 141 - 177.

Dovifat, Emil: *Die publizistische Persönlichkeit*. In Memoriam Emil Dovifat zum 100. Geburtstag am 27. Dezember 1990. Hrsg. von Dorothee von Dadelsen. Berlin, New York, de Gruyter-Verlag, 1990.

Dörner, Andreas: *Politainment: Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Berlin, Suhrkamp-Verlag, 2001.

Duchkowitsch, Wolfgang/Hausjell, Fritz/Pöttker, Horst/Semrad, Bernd (Hrsg.): *Journalistische Persönlichkeit. Fall und Aufstieg eines Phänomens*. Köln. Halem-Verlag, 2009.

Knoche, Manfred: *Medienjournalismus als Zirkulationsmittel des Medienkapitals. Zur medienökonomischen Funktion der Medienthematisierung in Printmedien*. In: Latzer, Michael/Maier-Rabler, Ursula/Siegert, Gabriele/Steinmaurer, Thomas (Hrsg.): *Die Zukunft der Kommunikation: Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft*. Innsbruck, Wien, Studienverlag, 1999. S. 129 - 146.

Fabris, Hans Heinz: *Der verspätete Aufstieg des Journalismus in der Zweiten Republik*. In: Fabris, Hans Heinz/Hausjell, Fritz (Hrsg.): *Die vierte Macht: Zu Geschichte und Kultur des Journalismus in Österreich seit 1945*. Wien, Verlag für Gesellschaftskritik, 1991. S. 11 - 28.

Fabris, Hans Heinz/Hausjell, Fritz (Hrsg.): *Die vierte Macht: Zu Geschichte und Kultur des Journalismus in Österreich seit 1945*. Wien, Verlag für Gesellschaftskritik, 1991.

Fahr, Annette: *Politische Talkshows aus Zuschauersicht. Informiertheit und Unterhaltung im Kontext der Politikvermittlung*. München, Reinhard Fischer Verlag, 2008.

Fley, Matthias: *Talkshows im deutschen Fernsehen. Konzeptionen und Funktionen einer Sendeform*. Bochum, Brockmeyer-Verlag, 1997.

von Gottberg, Joachim (Hrsg.): *Mattscheibe oder Bildschirm. Ästhetik des Fernsehens*. Berlin, Vistas-Verlag, 1999.

Hachmeister, Lutz: *Einleitung Das Problem des Elite-Journalismus*. In: Hachmeister, Lutz/Siering, Friedemann (Hrsg.): *Die Herren Journalisten: die Elite der deutschen Presse nach 1945*. München, Beck-Verlag, 2002. S. 7 - 34.

Hachmeister, Lutz/Siering, Friedemann (Hrsg.): *Die Herren Journalisten: die Elite der deutschen Presse nach 1945*. München, Beck-Verlag, 2002.

Hamann, Sibylle: *Von Personen und Persönlichkeiten... und warum die Unterscheidung zwischen den beiden, sofern es um Journalismus geht, gar nicht so wichtig ist*. In: Duchkowitsch, Wolfgang/Hausjell, Fritz/Pöttker, Horst/Semrad, Bernd (Hrsg.): *Journalistische Persönlichkeit. Fall und Aufstieg eines Phänomens*. Köln, Halem-Verlag, 2009. S. 465 - 472.

Holly, Werner/Kühn, Peter/Püschel, Ulrich (Hrsg.): *Politische Fernsehdiskussionen. Zur medienspezifischen Inszenierung von Propaganda als Diskussion*. Tübingen, Niemeyer-Verlag, 1989.

Holtz-Bacha, Christina: *Unterhalten statt Überzeugen? Politik als Entertainment*. In: Nieland, Jörg-Uwe/Kamps, Klaus (Hrsg.): *Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation*. Köln, Halem-Verlag, 2004. S. 24 – 37.

Kleiner, Marcus S.: *Aufmerksamkeit oder Haltung? Warum Medienpersönlichkeiten Medienkompetenz brauchen*. In: Nieland, Jörg-Uwe/Kamps, Klaus (Hrsg.): *Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation*. Köln, Halem-Verlag, 2004. S. 244 - 266.

Latzer, Michael/Maier-Rabler, Ursula/Siegert, Gabriele/Steinmaurer, Thomas (Hrsg.): *Die Zukunft der Kommunikation: Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft*. Innsbruck, Wien, Studienverlag, 1999.

Meuser, Michael/Nagel, Ulrike: *ExpertInneninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion*. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005 (2. Auflage). S. 71 - 95.

Neverla, Irene/Schoon, Wiebke: *Die Macht im Journalismus. Überlegungen zum Verhältnis von Struktur- und Handlungsdimensionen im journalistischen Feld*. In: Duchkowitsch, Wolfgang/Hausjell, Fritz/Pöttker, Horst/Semrad, Bernd (Hrsg.): *Journalistische Persönlichkeit. Fall und Aufstieg eines Phänomens*. Köln. Halem-Verlag, 2009. S. 116 - 142.

Nieland, Jörg-Uwe/Kamps, Klaus (Hrsg.): *Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation*. Köln, Halem-Verlag, 2004.

Pfadenhauer, Michaela: *Das Experteninterview - ein Gespräch zwischen Experte und Quasi-Experte*. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das*

Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005 (2. Auflage). S. 113 - 130.

Plake, Klaus: *Talkshows. Die Industrialisierung der Kommunikation.* Darmstadt, Primus Verlag, 1999.

Posselt, Michael/Rieglhofer, Manfred: *Die Fragesteller der Nation. Die Rolle des Moderators in politischen Fernsehsendungen.* Wien, Braumüller-Verlag, 1996.

Pürer, Heinz: *Journalismusforschung.* Konstanz, UVK-Verlag, 2015.

Schicha, Christian: *Die Inszenierung politischer Diskurse. Beobachtungen zu Politikerauftritten in Fernsehtalkshows.* In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hrsg.): *Talk auf allen Kanälen. Angebote, Akteure und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen.* Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 2002. S. 213 - 231.

Schicha, Christian/Brosda, Carsten: *Politikvermittlung zwischen Information und Unterhaltung. Eine Einführung.* In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus.* Münster, LIT-Verlag, 2002. S. 7-37.

Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried: *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie.* Münster/Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 1998. Zit. nach: Blöbaum, Bernd: *Selbstreferentialität und Journalismus. Eine Skizze.* In: Latzer, Michael/Maier-Rabler, Ursula/Siegert, Gabriele/Steinmaurer, Thomas (Hrsg.): *Die Zukunft der Kommunikation: Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft.* Innsbruck, Wien, Studienverlag, 1999. S. 181 - 188.

Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried: *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie.* Münster/Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 1998.

Siegert, Gabriele: *Selbstreferentialität.* In: Latzer, Michael/Maier-Rabler, Ursula/Siegert, Gabriele/Steinmaurer, Thomas (Hrsg.): *Die Zukunft der Kommunikation: Phänomene und*

Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck, Wien, Studienverlag, 1999. S. 109 - 115.

Steinbrecher, Michael/Weiske, Martin: *Die Talkshow. 20 Jahre zwischen Klatsch und News. Tips und Hintergründe*. München, Ölschläger-Verlag, 1992.

Stiehler, Hans-Jörg: *Subjektive Medientheorien - ein Problemskizze*. In: von Gottberg, Joachim (Hrsg.): *Mattscheibe oder Bildschirm. Ästhetik des Fernsehens*. Berlin, Vistas-Verlag, 1999. S. 139 - 156.

Stocker, Melanie: *Politische Diskussionssendungen: Formen der Inszenierung und ihr Einfluss auf die Gesprächsqualität. Ein Vergleich von "Im Zentrum" und "Am Punkt"*. Wien, Diplomarbeit, 2011.

Tenscher, Jens: *Talkshowisierung als Element moderner Politikvermittlung*. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hrsg.): *Talk auf allen Kanälen. Angebote, Akteure und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen*. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 2002. S. 55 – 72.

Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hrsg.): *Talk auf allen Kanälen. Angebote, Akteure und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen*. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 2002.

Weichert, Stephan/Zabel, Christian (Hrsg.): *Die Alpha-Journalisten. Deutschlands Wortführer im Porträt*. Köln, Halem-Verlag, 2007.

Internetquellen:

- www.movie-college.de (o.J.): Verfügbar unter:
<http://www.movie-college.de/filmschule/filmgestaltung/einstellungsgroessen.htm>.
(Stand: 30.8.2016)

- www.der.orf.at (o.J.): Verfügbar unter:

<http://der.orf.at/unternehmen/programmangebote/fernsehen/sendungen/sendungen-hk/im-zentrum100.html>. (Stand: 30.8.2016)

7. Abstract

In dieser Abhandlung wird versucht, einem bisher unerforschten Phänomen auf die Spur zu kommen: Es geht darum, die Relevanz von Journalisten als Talkgäste bei dem ORF-Diskussionsformat „Im Zentrum“ auszumachen. Dazu wurde zunächst eine breite theoretische Basis über politische Diskussionsformate erarbeitet. Beachtung fand auch das journalistische Starsystem, die Theorie der Medienpersönlichkeiten und die Selbstreferenz von Medien. Anhand dieser theoretischen Basis ließen sich die Erkenntnisse des empirischen Teils in den bestehenden Forschungsrahmen eingliedern.

Um Daten zu dem Thema zu sammeln, wurde eine Analyse der Sendungen von „Im Zentrum“ vorgenommen, die Aufschluss darüber gab, welche Journalisten in diesem Zeitraum zu welchen Themen zu Gast waren. Dabei zeigte sich auch, dass einige Journalisten mehrmals in Sendungen eingeladen waren. Ihre Motive und Gedanken zu einem Auftritt bei „Im Zentrum“ wurde mit einer Fragebogenerhebung Rechnung getragen. Schlussendlich wurde die Perspektive der Sendungsmacher mit einem Experteninterview aufgegriffen.

8. Anhang

8.1 Sendungsanalyse

Thema	Mod- eration	Datum	Themen- bereich	Gäste	Journalist(en)	Medium
2011						
Der Sturz des Pharaos - kommt es zum arabischen Domino-Effekt?	Ingrid Thurnher	13. Februar 2011	Politik	Ursula Plassnik, ehem. Aussenministerin Hannes Swoboda, EU-Abgeordneter Bassam Tibi, Politikwissenschaftler und Nahost-Experte Hassan Moussa, Arab. Organisation für Menschenrechte	Karim El-Gawhary	ORF-Korrespondent
Generation Weichei-Erziehen wir unsere Kinder falsch?	Peter Pelinka	20. Februar 2011	Gesellschaft	Bernhard Bueb, ehem. Internatsleiter "Salem" und Autor Liu Jia, Tischtennisprofi Kurt Scholz, ehem. Präsident Stadtschulrat Wien Doris Dintner, Vorstandsmitglied der Österr. Montessori Gesellschaft	Dieter Chmelar	Kurier
Der Ortstafelstreit - vom Drama zur Groteske?	Ingrid Thurnher	10. April 2011	Politik	Josef Ostermayer, Staatssekretär im Bundeskanzleramt, SPÖ Gerhard Dörfler, Landeshauptmann Kärnten, FPÖ Valentin Inzko, Vorsitzender des Rates der Kärntner Slowenen Josef Feldner, Obmann Kärntner Heimatdienst	Antonia Gössinger	Kleine Zeitung
Terroristen und Tyrannen - verdienen sie den Tod?	Ingrid Thurnher	8. Mai 2011	Politik	Franz Vranitzky, ehem. Bundeskanzler Jonathan Schools, Erster Sekretär, US-Botschaft Wien Helmut Schüller, Priester Michael Lüders, Nahost-Experte	Clemens Lüders	Ressortleiter Außenpolitik "Die Welt"
Starke Worte - Was die Wirtschaft an der Politik kritisiert	Peter Pelinka	22. Mai 2011	Politik	Reinhold Mitterlehner, Wirtschaftsminister, ÖVP Franz Voves, Landeshauptmann Steiermark, SPÖ Hans-Peter Haselsteiner, Vorstandsvorsitzender STRABAG Josef Taus, Unternehmer	Anneliese Rohrer	Journalistin

Schmutziger Fußball- Im Würgegriff von Wettmafia und Randalierern	Ingrid Thurnher	29.Mai 2011	Gesellschaft	Norbert Darabos, Sportminister, SPÖ Hans Rinner, Bundesliga-Präsident Jürgen Irsigler, Geschäftsführer Admiral Sportwett Roman Mählich, Fußballtrainer	Benjamin Best	Journalist
Stresstest für die Koalition - Werden wir gut regiert?	Ingrid Thurnher	10.Juli 2011	Politik	Peter Filzmaier, Politikwissenschaftler Sophie Karmasin, Markt- und Meinungsforscherin	Eva Dichand Martina Salomon Andreas Koller	Herausgeberin "Heute" Stv.Chefredakteurin "Kurier" Stv.Chefredakteur "Salzburger Nachrichten"
In memoriam Vaclav Havel	Ingrid Thurnher	18. Dezember 2011	Politik	Erhard Busek, ehem. Vizekanzler Jan Holender, ehem. Staatsoperndirektor Pavel Kohout, Schriftsteller Magda Vasaryova, ehem. Botschafterin der Tschechoslowakei in Österreich	Barbara Coudenhove-Kalergi	Prag-Korrespondentin
2012						
„Die neuen Juden“ – Verfolgt ? Verhetzt ? Missverstanden ?	Ingrid Thurnher	5. Februar 2012	Gesellschaft	Andreas Mölzer, EU-Abgeordneter FPÖ Anton Pelinka Politikwissenschaftler Herbert Kickl, Generalsekretär, FPÖ	Nina Horaczek, Peter Menasse,	Chefredakteur des jüdischen Magazins NU
Der Telekomskandal – die verlorde Republik	Ingrid Thurnher	19. Februar 2012	Politik	Werner Amon, stv. Klubobmann ÖVP Peter Pilz, Nationalratsabgeordneter, Die Grünen Stefan Petzner, stv. Klubobmann BZÖ Saskia Wallner, PR-Beraterin	Kurt Kuch	Aufdecker-journalist News
Verlorene Jugend – Keine Arbeit, keine Ausbildung, keine Chance?	Peter Pelinka	26. Februar 2012	Gesellschaft	Sebastian Kurz, Staatssekretär ÖVP Jacqueline Bauer, junge Mutter, arbeitssuchend Marina Kojic, AHS – Schülerin Dagmar Koller, Künstlerin	Anneliese Rohrer	Ehemals Die Presse
Natascha Kampusch – Neue Beweise oder Verschwörungstheorien?	Peter Pelinka	4.März 2012	Gesellschaft	Thomas Mühlbacher, Staatsanwalt Johannes Rzeszut, Ex –OGH-Präsident, Mitglied der Kampusch-Evaluierungskommission; Dagmar Belakowitsch, parlamentarischer Untersuchungsausschuß, FPÖ Manfred Ainedter, Anwalt Reinhard Haller, Gerichtspsychiater	Christoph Feuerstein, Kampusch – Wegbegleiter, Biograf	ORF
Schicksalswahlen in Europa	Ingrid Thurnher	6.Mai 2012	Politik	Wolfgang Waldner, Staatssekretär im Außenministerium, ÖVP Johannes Voggenhuber, ehem. EU – Abgeordneter, Die Grünen Bernhard Felderer, Direktor Institut für höhere Studien Daniela Schwarzer, Politikwissenschaftlerin	Elisabeth Kervarrec; Eva Twaroch, Korrespondentin in Paris Ernst Gelegs, Sonderkorrespondent Athen	ORF

Karrierefrauen gegen Superglücken – Wer sind die besseren Mütter?	Ingrid Thurnher	13.Mai 2012	Gesellschaft	Eva Herman, Autorin „Das Eva-Prinzip“ Barbara Rosenkranz, Politikerin und zehnfache Mutter Sabine Oberhauser, ÖGB - Vizepräsidentin	Jutta Hoffritz Eva Dichand	Heute
Der letzte Sirtaki – Muss Griechenland raus?	Peter Pelinka	20.Mai 2012	Politik	Franz Vranitzky, ehem. Bundeskanzler Gottfried Haber, Wirtschaftsexperte Wolfgang Löhnert, Sommerakademie Zakynthos Nikos Papamikes, Reisebüroinhaber	Alkyone Karamanolis	Korrespondentin
Griechenland – Sargnagel für die Euro?	Ingrid Thurnher	17.Juni 2012	Politik	Hannes Swoboda, Präsident der sozialdem. Fraktion im Europäischen Parlament Thilo Sarrazin, Autor und EU-Kritiker Peter Brezinschek, Raiffeisen-Chefanalyst	Alkyone Karamanolis Raimund Löw aus Brüssel	Korrespondentin ORF-Korrespondent
Klimaschutz ade – Hinter uns die Sintflut?	Peter Pelinka	24.Juni 2012	Umwelt	Nikolaus Berlakovich, Umweltminister, ÖVP Eva Glawischnig, Bundessprecherin der Grünen Karl Wagner, Mitglied im „Club of Rome“ Johannes Gutmann, Unternehmer (Sonnentor)	Enrico Falchetto	Alles Auto
Parlament gefordert – versagt die Kontrolle?	Peter Pelinka	23. September 2012	Politik	Heide Schmidt, ehem. Dritte Nationalratspräsidentin Josef Kalina, Politikberater Franz Fiedler, ehem. Rechnungshofpräsident Peter Filzmaier, Politikwissenschaftler	Andreas Koller	Salzburger Nachrichten
Stronachs Welt – Zwischen Traum und Wirklichkeit	Ingrid Thurnher	30. September 2012	Politik	Frank Stronach, Team Stronach	Christian Rainer Alexandra Förderl – Schmid Esther Mitterstiehl	Profil Der Standard Wirtschaftsblatt
Täter oder Sündenbock – Wie gerecht ist unser Recht?	Ingrid Thurnher	7. Oktober 2012	Rechtswesen	Beatrix Karl, Justizministerin, ÖVP Alexander Todor – Kostic, Rechtsanwalt	Gisela Friedrichsen Florian Klenk	Der Spiegel Falter
Schlacht ums Heer – Hat die Wehrpflicht ausgedient?	Peter Pelinka	28. Oktober 2012	Politik	Edmund Endacher, Generalstabschef des österr. Bundesheeres Erich Reiter, Sicherheitsstrategie Christoph Peschek, Wehrpflichtgegner Asdin El Habbassi, Wehrpflichtbefürworter	Eva Weissenberger	Kleine Zeitung
Der Eurofighterskandal – Lügen, Sumpf und Schmiergeld?	Ingrid Thurnher	2. Dezember 2012	Politik	Martin Bartenstein, ehem. Wirtschaftsminister, ÖVP Peter Pilz, Nationalratsabgeordneter, Die Grünen Gerhard Jarosch, Staatsanwaltschaft Wien Gerald Karner, Militärstrategie	Jörg Schmitt	Der Spiegel

Land der Zocker – Spekulieren mit Steuergeld verboten?	Ingrid Thurnher	16.Dez- ember 2012	Politik	Christoph Matznetter, Wirtschaftssprecher, SPÖ Helmut Mödlhammer, Präsident Österr.Gemeindebund, ÖVP Alexander Van der Bellen, Die Grünen, Wien Stefan Pichler, Finanzexperte, WU Wien	Sylvia Wörgetter	Salzburger Nachrichten
2013						
Schicksalsfrage - Entscheidung übers Bundesheer	Ingrid Thurnher	13. Jänner 2013	Gesell- schaft	Anton Pelinka, Komitee "Unser Heer" Matthias Horx, Trendforscher Veit Sorger, Komitee "Einsatz für Österreich"	Dieter Chmelar	Kolumnist, Kurier
Grapschen, Flirten, Herrenwitze - Wo hört sich der Spaß auf?	Ingrid Thurnher	3. Februar 2013	Gesell- schaft	Gabriele Heinisch - Hosek, Frauenministerin, SPÖ Baetrix Karl, Justizministerin, ÖVP Gerlad Ganzger, Rechtsanwalt	Michael Jeanné Angelika Hager	Kolumnist, Kronen Zeitung Profil
Bitte zahlen! Was ist uns Europa wert?	Peter Pelinka	10. Februar 2013	Gesell- schaft	Andreas Schieder, Finanzstaatssekretär, SPÖ Reinhold Lopatka, Staatssekretär im Außenministerium, ÖVP Andreas Mölzer, EU - Abgeordneter, FPÖ Sonja Puntischer - Riekman, Europaexpertin, Uni Salzburg	Cerstin Gammelin	Süddeut. Zeitung, Brüssel
Nach der Wahl ist vor der Wahl	Ingrid Thurnher	3.März 2013	Politik	Peter Filzmaier, Politikwissenschaftler Sophie Karmasin, Motivforscherin	Alexandra Föderl-Schmid Herbert Lackner Rainer Novak	Chefredakteur "Der Standard" Chefredakteur "profil" Chefredakteur "Die Presse"
Rechtes Lager im Umbruch - Wohin geht der Protest?	Ingrid Thurnher	10.März 2013	Politik	Dieter Böhmdorfer, ehem. Justizminister, Rechtsanwalt Gerhard Köfer, "Team Stronach" Friedhelm Frischenschlager, ehem. Verteidigungsminister Kathrin Stainer - Hämmerle, Politikwissenschaftlerin	Nina Horacek	Journalistin
Zypern - Rettung oder Pleite	Ingrid Thurnher	24. März 2013	Politik	Wolfgang Schüssel, ehem. Bundeskanzler Harald Waiglein, Österr. Direktionsmitglied beim ESM Stephan Schulmeister, Wirtschaftsforscher Joachim Starbatty, Ökonom und Eurokritiker	Christiane Sternberg	Journalistin, Zypern
Tops und Flops im Superwahljahr - Wer ist fit fürs große Finale?	Ingrid Thurnher	5.Mai 2013	Politik	Peter Filzmaier, Politikwissenschaftler Alois Schober, Werbe- und Kommunikationsexperte Werner Schneyder, Kabarettist	Andreas Koller Cathrin Kahlweit	"Salzburger Nachrichten" "Süddeutsche Zeitung"
Die Reichen im Visier - Aufdeckerpflicht oder Hetzjagd	Ingrid Thurnher	26.Mai 2013	Gesell- schaft	Klaus Liebscher, Finanzmarktbeteiligungs- AG Eduard Müller, SOKO Offshore - Leaks, Finanzministerium Manfred Ainedter, Rechtsanwalt Eva Novotny, Sozialwissenschaftlerin	Kurt Kuch	Aufdecker- journalist, "News"

Spielzeug Politik - Aufstieg und Fall des Team Stronach	Ingrid Thurnher	13. Okt--ober 2013	Politik	Waltraud Dietrich, Landesobfrau Team Stronach, Steiermark Gerhard Köfer, Landesrat Team Stronach Kärnten Herbert Paierl, ehem. ÖVP-Landesrat und Stronach-Weggefährte bei Magna Peter Filzmaier, Politikwissenschaftler	Catrin Kahlweit	Korrespondentin "Süddeutsche Zeitung"
Wie reich darf die Kirche sein?	Ingrid Thurnher	20. Okt-ober 2013	Gesellschaft	Anton Faber, Dompfarre St. Stephan Christof Zellenberg, Banker und Mitglied des Malteserordens Eva Dammerle, ehem. Sprecherin des Bischofs von Limburg Günther Paal, Kabarettist	Hubert Feichtelbauer	Kathol. Publizist
Notfall Krankenhaus - Wie überlastet sind die Ärzte?	Peter Pelinka	27. Okt-ober 2013	Gesellschaft	Herbert Auer, Gehirninfarthpatient Gerald Bachinger, Patientenanwalt Andres Kdolsky, ehem. Gesundheitsministerin Peter Husslein, Klinikchef AKH Wien Georg Ziniel, Gesundheit Österreich GesmbH	Kurt Langbein	Gesundheitsjournalist, Filmemacher
Der große Kunstkrimi - Das Geheimnis der Sammlung Gurlitt	Ingrid Thurnher	10. November 2013	Gesellschaft	Karlheinz Essl, Kunstsammler Alfred Weidinger, stv. Geschäftsführer und Vizedirektor des Belveders Eva Blimlinger, Rektorin der Akademie der bildenden Künste Karl-Sax Feddersen, Kunsthändler, Auktionshaus Lempertz	Eva Kronsteiner	Kunstmarktjournalistin
Wahlversprechen abgesagt - kommt jetzt das große Sparen?	Ingrid Thurnher	17. November 2013	Politik	Andreas Schieder, SPÖ-Klubobmann und Finanzchefverhandler Josef Pühringer, ÖVP - Chefverhandler und oberösterreichischer Landeshauptmann Margit Schratzenstaller, Budgetexpertin, WIFO Franz Schellhorn, Denkfabrik Agenda Austria	Herbert Lackner	Chefredakteur "Profil"
Regierung neu - großer Wurf oder kleinster Nenner?	Ingrid Thurnher	8. Dezember 2013	Politik	Christoph Matznetter, Koalitionsverhandler, SPÖ Reinhold Lopatka, Koalitionsverhandler, ÖVP Peter Filzmaier, Politikwissenschaftler Christine Bauer-Jelinek, Wirtschaftsscoach	Esther Mitterstiehl	Chefredakteurin Wirtschaftsblatt
Pressestunde - "Im Zentrum" spezial	Ingrid Thurnher	16. Dezember 2013	Politik	Rudolf Hundstorfer, Sozialminister, SPÖ Reinhold Mitterlehner, Wirtschaftsminister, ÖVP Barbara Kolm, Wirtschaftswissenschaftlerin	Ulla Schmid	Profil

2014						
Krawall um den Ball - Polizei, Proteste, Provokation?	Ingrid Thurnher	26. Jänner 2014	Gesellschaft	Gerhard Pürstl, Polizeipräsident Wien Andreas Mölzer, FPÖ Albert Steinhauser, Grüne Rudolf Sarkozi, KZ-Überlebender Alexander Pollak, SOS Mitmensch	Franz C. Bauer	Vorsitzender Journalistengewerkschaft
Die olympische Megashow - zwischen Ruhm und Rubel	Ingrid Thurnher	2. Februar 2014	Sport, Politik	Peter Mennel, ÖOC-Generalsekretär Simone Baumann, Filmproduzentin "Putins Spiele" Gerhard Margott, Politikwissenschaftler, Rainer Schönfelder, Skifahrer, Anna Sprung, gebürtige Russin und Olympiateilnehmerin Biathlon	Susanne Scholl	ORF-Korrespondentin
Die Hypo-Thek des Steuerzahlers - Wo sind die Milliarden hin?	Ingrid Thurnher	16. Februar 2014	Politik, Wirtschaft	Reinhold Lopatka, Klubobmann, ÖVP Kari Jan Krainer, Finanzsprecher SPÖ Heinz-Christian Strache, Klubobmann FPÖ Werner Kogler, stv. Klubobmann, Grüne, Eva Pichler, WU Wien	Martina Salomon	Kurier
Zerrissenes Land - Ukraine im Umbruch	Peter Pelinka	23. Februar 2014	Politik	Erhard Busek, Sonderbeauftragter EU-Osterweiterung Andrii Bereznyi, ukrainischer Botschafter in Wien Michael Linhart, Generalsekretär Außenministerium Anna Jarotska, Ukrainerin in Ö Gregor Razumovsky, Politikberater	Carola Schneider	ORF-Korrespondentin
Was geschah mit Flug MH370?	Ingrid Thurnher	23. März 2014	Gesellschaft	Niki Lauda, Pilot Heinz Sommerbauer, Vorstandsleiter Austro Control Brigitte Lueger-Schuster, Psychoogin Gert-René Polli, Experte für Sicherheit und Überwachung	Andreas Spaeth, internationaler Luftfahrt-journalist	Journalist
Mischt Franziskus die Kirche auf? Das erste Jahr des neuen Papstes	Peter Pelinka	13. April 2014	Gesellschaft	Peter Schipka, Generalsekretär der Bischofskonferenz Udo Fischer, Pfarrer von Paudorf - Göttweig, Pfarrerinitiative Michael Landau, Präsident Caritas Barbara Haas, Kath. Frauenbewegung Crista Kramer von Reisswitz, Autorin und Vatikanexpertin	Michael Fleischhacker	Journalist
Mehr oder weniger Europa - was wollen wir?	Ingrid Thurnher	18. Mai 2014	Politik	Heinz Zourek, Europäische Union Gerhard Roiss, Generaldirektor ÖM Katja Hensel, Theatermacherin "EU only live twice" Michael Gehler, Historiker, Zentrum für Europäische Integrationsforschung	Thomas Rietzschel	Publizist, Autor
Putin gegen den Rest der Welt	Ingrid Thurnher	7. September 2014	Politik	Ursula Plassnik, ehem. Außenministerin, österr. Botschafterin in Paris Siegfried Wolf, Aufsichtsratsvorsitzender "Russian	Christian Wehrschütz	ORF Korrespondent

				Machines" Walter Feichtinger, Brigadier, Landesverteidigungsakademie, Militärstrategie Sergej Jurjewitsch Netschajew, Russischer Botschafter in Wien		
Lehren aus dem Ländle - Ein erster Stimmungstest?	Ingrid Thurnher	21. September 2014	Politik	Kathrin Steiner - Hämmerle, Politikwissenschaftlerin Wolfgang Bachmayer, Meinungsforscher	Armin Thurnher Michael Fleischhacker Anneliese Rohrer	Herausgeber "Falter" Journalist Kolumnistin, "W ütbürgerin"
Wundes Heer - Österreich rüstet ab	Peter Pelinka	5. Oktober 2014	Politik	Othmar Commenda, Chef des Generalstabes Peter Pilt, Sicherheitssprecher die Grünen Andreas Kohl, ehem. Nationalratspräsident, ÖVP Erich Cibulka, Präsident Österreichische Offiziersgesellschaft	Cathrin Kahlweit	Korrespondentin Süddeutsche Zeitung
Der Terror der Gotteskrieger - Wer stoppt das Morden?	Ingrid Thurnher	12. Oktober 2014	Politik	Stefan Lehne, Experte für europäische Aussenpolitik, Carnegie Europe Dudu Kücükögl, Muslimische Jugend Österreichs Thomas Schmidinger, Politologe, Islamexperte Mevlüt Kücükyaşar, Feykom - Dachverband der kurdischen Vereine in Österreich	Karim El-Gawhary Seyit Arslan	ORF - Korrespondent Chefredakteur Zeitschrift "Zaman"
Ebola - Ernste Gefahr oder Panikmache?	Ingrid Thurnher	19. Oktober 2014	Gesellschaft	Sabine Oberhauser, Gesundheitsministerin SPÖ Heinrich Stemberger, FA für Tropenmedizin Sylvia Wamser, Psychologin, "Ärzte ohne Grenzen" Gerry Foitik, Österr. Rotes Kreuz	Alwin Schönberger	Medizin-journalist "profil"
Baby auf Vorrat	Ingrid Thurnher	26. Oktober 2014	Gesellschaft	Christiane Druml, Vizerektorin der MedUni Wien, Bioethikkommission Leonhard Loimer, Gynäkologin "Kinderwunschklinik" Alice Pitzinger-Ryba, Verein "Family business"	Angelika Hager Teresa Bucker	Journalistin, Autorin Online-Magazin "Edition F"
Zelle oder Fußfessel - Extrawurst für Promis?	Peter Pelinka	2. November 2014	Gesellschaft	Roland Kier, Anwalt von Hannes Kartnig Michael Schwanda, Sektionschef Strafvollzug im Justizministerium Albin Simma, Vorsitzender Justizwachgewerkschaft Wolfgang Gratz, Kriminologe, Uni Wien Christa Schipper, ehem. Leiterin der Haftanstalt Simmering	Florian Klenk	Journalist, Falter
Nach 25 Jahren - Keine Mauern mehr?	Ingrid Thurnher	9. November 2014	Politik	Franz Vranitzky, ehem. Bundeskanzler SPÖ Erhard Busek, ehem. Vizekanzler, ÖVP Josef Haslinger, Schriftsteller Werner Schneyder, Kabarettist	Barbara Coudenhove-Kalergi	Journalistin, Osteuropa-expertin

Vom Teamgeist zum Parteispuk - Team Stronach am Ende?	Ingrid Thurnher	23. November 2014	Politik	Kathrin Nachbauer, Klubobfrau, Team Stronach Gerhard Köfer, Landesrat, Team Stronach Peter Filzmaier, Politikwissenschaftler Rudi Fußi, Kommunikationsberater	Anneliese Rohrer	Kolumnistin
Steuerreform - Sein oder Nichtsein für die Regierung?	Ingrid Thurnher	14. Dezember 2014	Politik	Erich Foglar, Präsident Österreichischer Gewerkschaftsverbund Christoph Leitl, Präsident Wirtschaftskammer Österreich Margit Schratzenstaller, Budget-Expertin, WIFO Werner Doralt, Professor für Steuerrecht Uni Wien	Andreas Koller	Stellvertretender Chefredakteur "Salzburger Nachrichten"
2015						
Europa in Angst - Das Ende der Toleranz?	Ingrid Thurnher	11. Jänner 2015	Politik	Seyran Ates, Anwältin, Menschenrechtsaktivistin Walter Gehr, Experte, Experte für Antiterrorrecht Farid Hafez, Politologe, Univ. Salzburg Cornelius Obonya, Schauspieler	Michael Ley	Publizist und Autor
David gegen Goliath - kann Athen Europa fordern?	Ingrid Thurnher	8. Februar 2015	Politik	Andreas Schieder, Klubobmann SPÖ, ehem. Finanzstaatssekretär Reinhold Lopatka, Klubobmann ÖVP, ehem. Finanzstaatssekretär Monika Hohlmeier, EU - Abgeordnete, CSU Stephan Schulmeister, Wirtschaftsforscher, WIFO	Alkyone Karamanolis	Journalistin
Krieg oder Frieden? Schicksalstage für die Ukraine	Ingrid Thurnher	15. Februar 2015	Politik	Olexander Scherba, ukrainischer Botschafter in Wien Sergej Jurljewitsch Netschajew, russischer Botschafter in Wien Walter Feichtinger, Militärstrategie, Landesverteidigungsakademie Reinhard Heinisch, Politikwissenschaftler, Uni Salzburg	Cathrin Kahlweit	Korrespondentin "Süddeutsche Zeitung"
Poker bis zuletzt - Letzte Chance für Athen?	Ingrid Thurnher	22. Februar 2015	Politik	Othmar Karas, ÖVP - Delegationsleiter EU-Parlament Ferdinand Lacina, ehem. Finanzminister SPÖ Hans-Werner Sinn, Präsident des Institutes für Wirtschaftsforschung, München	Marianne Karger	Ökonomin, Kolumnistin
Hypo, Heta, Haftungskampf - Riskanter Milliardenpoker	Ingrid Thurnher	8. März 2015	Politik	Ernst Weidenbusch, CSU - Landtagsabgeordneter, Bayern Rolf Holub, Landesrat Kärnten, Die Grünen Stefan Pichler, Finanzexperte, WU Wien Heinz Mayer, Verfassungsrechtsexperte, Uni Wien	Renate Graber	Journalistin und Autorin "Der Standard"

Das Flüchtlingssterben - Europas Schande?	Ingrid Thurnher	26.April 2015	Politik	Firas Al Aysh, Saatgutforscher, Flüchtling aus Syrien Adan Ibrahim, Schüler, Flüchtling aus Somalia Wolfgang Taucher, Leiter des Bundesasylamtes Manfred Novak, Menschenrechtsexperte	Karim El-Gawhary, Livia Klingl	ORF - Korrespondent Journalistin, Autorin "Wir können doch nicht alles nehmen! Europa zwischen "Das Boot ist voll" und "Wir sterben aus"
Damoklesschwert über Kärnten - Kann ein Bundesland pleite gehen?	Ingrid Thurnher	3.Mai 2015	Politik	Hans Peter Haselsteiner, Industrieller Ferdinand Lacina, ehem. Finanzminister Peter Bußjäger, Verfassungsjurist und Föderalismus- Experte, Uni Innsbruck Gottfried Haber, Wirtschaftswissenschaftler, Donau-Universität Krems	Daniela Kittner	Journalistin "Kurier"
Vielgerühmt und vielgeschmäht - Gedanken zu Österreich	Ingrid Thurnher	10.Mai 2015	Politik	Maja Haderlap, Schriftstellerin	Hugo Portisch	Journalist, Autor
Wahljahr 2015: Die Lehren aus Runde 1	Ingrid Thurnher	31.Mai 2015	Politik	Josef Kalina, Kommunikationsexperte Heidi Glück, Strategieberaterin Peter Filzmaier, Politikwissenschaftler Wolfgang Bachmayer, Meinungsforscher OGM	Hubert Patterer	Chefredakteur "Kleine Zeitung"
Der Tabubruch - Das Ende des Systems Rot-Schwarz	Ingrid Thurnher	7.Juni 2015	Politik	Heinz-Christian Strache, Bundesparteiobmann FPÖ Josef Cap, stv. Klubobmann, SPÖ Anton Pelinka, Politikwissenschaftler	Cathrin Kahlweit	Korrespondentin "Süddeutsche Zeitung"
Oberösterreich hat gewählt	Ingrid Thurnher	27.September 2015	Politik	Kathrin Steiner - Hämmerle, Politikwissenschaftlerin, FH Kärnten Werner Beutelmeyer, Meinungsforscher, market-Institut	Eva Weissenberger Christoph Kotanko Tassilo Wallentin	"News" ÖÖ - Nachrichten Autor, Kolumnist
Gefangen im Kriegs-Labyrinth - Kann Syrien Frieden finden?	Ingrid Thurnher	4. Oktober 2015	Politik	Fritz Edlinger, Generalsekretär Gesellschaft für Österreichisch-Arabische Beziehungen Walter Feichtinger, Militärstrategie, Landesverteidigungsakademie Karin Kneissel, Nahost-Expertin Gerhard Mangott, Politikwissenschaftler, Uni. Innsbruck	Karim El - Gawhary Petra Ramsauer	ORF-Korrespondent Arabischer Raum Autorin, freie Journalistin
Politik hautnah - Wie man Wahlen gewinnen kann	Ingrid Thurnher	18. Oktober 2015	Politik	Gerald Hackl, Bürgermeister von Steyr, SPÖ Veronika Mickel, Bezirksvorsteherin Wien Josefstadt, ÖVP Andreas Rabl, design. Bürgermeister von Wels, FPÖ Silvia Nossek,	Sibylle Hamann	Journalistin, Autorin

				design.Bezirksvorsteherin Wien-Währing, Die Grünen Thomas Hofer,Autor		
Das Ende eines Tabus - Ist Einbindung der neue Weg im Umgang mit der FPÖ?	Ingrid Thurnher	25.Okt- ober 2015	Politik	Gerhard Schmid, Bundesgeschäftsführer SPÖ Peter McDonald,Generalsekretär OVP Harald Vilimsky,Generalsekretär FPÖ Eva Zeglovits,Meinungsforscherin und Politikwissenschaftlerin	Nina Horaczek Gernot Bauer	Autorin"HC Strache:Sein Aufstieg, seine Hintermänner, seine Feinde "profil"
Anpassen bitte - Unsere Werte auf dem Prüfstand?	Ingrid Thurnher	15.Nov- ember 2015	Politik	Asdin El Habbassi, Nationalratsabgeordneter ÖVP Harald Walser, Bildungssprecher, Die Grünen Dudu Kücükgül, Integrationsexperte Rudolf Mayer,Strafverteidiger	Simone Egarter	Journalistin, Bloggerin
Anpassen bitte - Integration bei Strafe geboten	Ingrid Thurnher	22.Nov- ember 2015	Politik	Seyran Ates,Anwältin und Autorin Lotte Tobisch, ehem.Opernballorganisatorin Tarafa Baghajati,Obmann der "Initiative muslimischer Österreicherinnen"	Simone Egarter	Journalistin und Bloggerin

8.2 Gesprächsprotokoll

Höberth: Super. Also, ich habe mir gedacht, dass wir vielleicht so anfangen, dass wir ein bisschen hinter die Kulissen blicken und schauen: Wie entsteht „Im Zentrum“ überhaupt? Also, wie wählt ihr denn das Thema aus?

Stoppacher: Gut. Ist egal, wer antwortet?

Höberth: Ja, wie ihr wollt.

Stoppacher: Dann werden wir das sehr dialogisch machen. Die Themenstellungen ergibt sich aufgrund der aktuellen Entwicklungen, sei es national oder international, sei es im Bereich Innenpolitik, sei es chronikal, sei es wirtschaftspolitisch...es ergibt sich durch die Ereignisse auf der Welt.

Höberth: Also die aktuellen Geschehnisse stehen im Zentrum, im wahrsten Sinne des Wortes. Und bei der Einladungspolitik, worauf wird da geachtet?

Thurnher: Naja, ich würde es so sagen, auch bei der Themenstellung – es gibt ja Wochen, da haben wir zwei, drei gleichwertige Themen, ja. Und wir haben immer, eigentlich zu jedem Thema, eine absolute Number One, Top-Top-Wunschliste an Gästen, das gibt es immer. Das ist sozusagen die Wunschliste ans Christkind, die spielt es meistens nicht. Und wenn wir sehen, dass bei einem Thema unsere Gästevorstellungen sich überhaupt nicht materialisieren, dann kann es im schlimmsten Fall auch sein, dass wir ein anderes Thema hernehmen. Das hätten wir zwar gerne diese Woche, aber diese Woche kommt der Topgast zu dem Thema nicht und darum werden wir, das können wir jederzeit wieder machen – bei längeren Krisen, wo es nicht so wichtig ist, ob diese Woche Syrien oder nächste Woche oder so, aber wir hätten für nächste Woche diesen unschlagbaren Gast, da kann man das auch verschieben. Aber bei der Gästerauswahl, wenn wir uns einmal auf ein Thema festgelegt haben, sagen, das ist diese Woche unausweichlich, dann gibt es die Number One Liste an Gästen, die werden wir zuerst einladen. Hier kommt es ja auch auf die Zusammensetzung an – das muss irgendwie ausgewogen sein, es muss halt einen Protagonisten geben und einen Antithesenvertreter und einen Experten, Mann-Frau-Mischung... also es gibt viele Anforderungen. Und wenn die Topliste nicht geht, dann werden wir versuchen, jede Position durch eine andere zu ersetzen. So ungefähr muss man sich dieses Matrixspiel in etwa vorstellen.

Höberth: Okay, passt. Und wann habt ihr die absolute Deadline, dass ihr sagt: Bis dahin muss es stehen, danach können wir nichts mehr ändern?

Thurnher: Sonntag 21 Uhr würde ich sagen.

Stoppacher: Viel später wird es knapp wegen der Anreise.

Höberth: Stimmt, man muss halt mal bis hierher kommen! Und zu manchen Themen hat man ja mehrere Gesprächspartner – wenn ich denke an Politik, da wird es leichter sein, jemanden zu finden. Andere Themen sind wieder schwieriger...Hat eigentlich die Anzahl der Gesprächspartner, die ich zu einem Thema habe auch Einfluss auf das Thema? Bedingt sich das gegenseitig? Der Pool der Kontakte, die ich habe?

Thurnher: Schwer zu sagen. Eigentlich nein, wenn ein Thema sein muss, muss es sein, und dann kann man sich höchstens überlegen, handelt man es mit Playern irgendwie ab

oder mit Experten... Also, fiktives Beispiel: Wir wollen eine Bildungsdebatte machen und sagen, dieser ewige Konflikt – ich sauge mir das jetzt aus den Fingern – über Gesamtschule ja oder nein und am liebsten hätten wir die Bildungsministerin, und keine Ahnung, irgendjemanden, der eine ganz andere Position vertritt, das wären jetzt also die Keyplayers, und die kommen uns aber nicht, dann wird es uns auch möglich sein, eine solche Diskussion auf Expertenebene zu machen ohne die Player und deren Standpunkte über einen Zuspäler in die Diskussion einzubringen. Man kriegt aber trotzdem beide Standpunkte in die Diskussion, ohne die politischen Vertreter da zu haben. Kann ja passieren.

Stoppacher: Die Zahl der möglichen Teilnehmer, wenn ich die Bildungsdebatte hernehme, die ich in meiner Datei habe oder im Kopf habe, ist enorm, da haben wir ja so viele Möglichkeiten etwas zusammenzusetzen. Oder anderes Beispiel: Ich möchte meinen Fokus auf Jemen richten, der ja ganz im Schatten des Syrienkonflikts ist – dort spielt es sich ja furchtbar ab – wenn ich es mir kurz überlege, ich kenne keinen Jemen-Experten, und wir werden auch nicht den jemenitischen Ministerpräsidenten kriegen usw. also habe ich nichts, da muss ich mir etwas überlegen. Das wäre dann ein neues Feld, da muss ich mir ganz neue Leute suchen. Mit der Bildungspolitik, Finanz- oder Steuerpolitik ist das natürlich einfacher weil du da die klassischen Positionen hast.

Höberth: Da haben die Parteien wahrscheinlich auch ihre Leute, die entsendet werden.

Stoppacher: Ja, aber das sehen wir nicht so gerne, wir suchen uns unsere Leute lieber selber aus.

Thurnher: Das haben wir nicht gern. Das glauben aber einige noch immer – wir schicken euch den und den – nein, wir laden ja ein.

Höberth: Dann kommen wir zu den Journalisten. Warum werden Journalisten überhaupt eingeladen? Ich frag das mal so offen.

Stoppacher: Es geht darum, dass wir bei manchen Themen – es gibt ja Journalisten, die sich sehr stark mit bestimmten Themen beschäftigen, sei es jetzt Bildungspolitik oder Wirtschaftspolitik – das ist einmal ein Kriterium, die sind ja Experten für das. Dann gibt es die Variante, dass wir wollen, dass Menschen auch pointiert formulieren. Es sitzt ja immer eine Journalistin drinnen, die Ingrid, die kann pointiert formulieren, aber da sie ja die Moderatorin ist und nicht die, die zuspitzt auf eine bestimmte Seite, brauchen wir Menschen, die eine bestimmte Seite in dieser Diskussion – sie hat ja mehrere Seiten hat, vielleicht zwei, vielleicht auch mehr - sich zu einer bestimmten Seite bekennen und einen wortgewaltigen Fürsprecher einer Sache haben. Manchmal ist es zugegeben auch ein bisschen Verlegenheit. Wenn wir den nicht finden, der das pointiert formuliert und wir wissen aber, wenn wir die Zeitungen lesen, der hat vor ein paar Tagen einen Kommentar geschrieben, sehr pointiert, der vertritt eigentlich das, was eh das Gegenteil ist von dem anderen Gast, den wir schon eingeladen haben, das könnte eine schöne Kontroverse ergeben.

Thurnher: Ein Aspekt ist auch, wir überlegen uns, wo kriegen wir die Stimme des Volkes her, wo kriegen wir denjenigen her, der uns formuliert, was sich die Leute eigentlich so denken. Die Leute gibt es nicht, die Menschen gibt es nicht, es gibt ja auch nicht diese eine Meinung, aber es gibt halt oft die Problematik, dass wir uns bei manchen Standpunkten extrem schwer tun, weil manche Gruppen keine Repräsentanten haben.

Höberth: Okay.

Thurnher: Wenn wir uns also überlegen: Wer waren diejenigen, die bei der letzten Stichwahl ungültig gewählt haben, das waren 160.000 Leute, das ist ja keine kleine Gruppe, oder überhaupt die Nichtwähler, die sich bewusste entschieden haben, nicht zu wählen, nicht die, die es überhaupt nicht interessiert, sondern die die gesagt haben, puh, ich kann mich zwischen Grün und Blau überhaupt nicht entscheiden, wer repräsentiert die, sagen Sie mir das.

Höberth: Ja, das ist eine gute Frage.

Thurnher: So ist es. Und manchmal ist es halt ein Journalist, eine Journalistin, die uns die beste Möglichkeit gibt, der gibt uns den Repräsentanten, für diese Gruppe zum Beispiel. Oder zum Beispiel erinnere ich mich gerade an die TTIP Diskussion. Ich glaube es hat keine Zeitung gegeben in Österreich, die mit einer derartigen Massivität wie die Kronenzeitung gegen TTIP zu Felde gezogen ist. Da gab es einen Journalist, der hat sich da schon mehr wie ein Aktivist gegeben, und natürlich kann man den dann einladen und befragen, auch um seine Verantwortung in der Berichterstattung oder so. Also das geht dann wirklich an ihn als Journalisten und nicht so sehr, ich lade mir einen Journalisten ein um eine Gruppe zu repräsentieren. Also das ist schon auch ein Thema.

Höberth: Ok, verstehe. Und welche Kriterien, sagen wir, müssen die Journalisten, die eingeladen werden, mitbringen?

Thurnher: Reden müssen sie können. Und wollen müssen sie. Es wollen ja auch nicht alle, das ist ja nicht so.

Stoppacher: Es gibt auch Journalisten, die können gut schreiben – ich nenne hier jetzt auch keinen Namen – den wir aber nicht einladen, weil wir wissen, dass er nicht gut sprechen. Das ist jetzt nichts Böses, aber das eignet sich dann nicht gut für eine Diskussion.

Höberth: Das ist klar, das ist dann schwierig. Aber im Gegenzug gibt es ja auch Journalisten, die man sich gerne einlädt – in der Wissenschaft nennt sich das dann die „bons clients“.

Thurnher: Ja, sicher.

Höberth: Wer wäre denn da zum Beispiel?

Thurnher: Da hätten sie jetzt gerne Namen?

Höberth: Das wäre natürlich toll.

Stoppacher: Das ist aber gefährlich. Denn jeder, der jetzt nicht vorkommt, glaubt, er sei schon ausgetotet.

Höberth: Oder ein Beispiel?

Stoppacher: Das kann man ja auch sagen: Gerade unter Journalisten herrscht ja eine gewisse Eitelkeit, und Journalisten haben es ganz gerne, bei uns eingeladen zu werden. Und die fragen dann auch nach, ob sie nicht mal wieder dabei sein dürfen.

Höberth: Ach wirklich? Das kommt dann also auch von den Journalisten?

Thurnher: Ja, sicher.

Höberth: Naja, das ist ja auch ein Renommée. Das hat auch die Fragenbogenauswertung ergeben.

Thurnher: Wirklich?

Höberth: Ja, so quasi, dass man es dann geschafft hat. Das man das auch mitbedienen kann, im Fernsehen ist, das ist auch Redaktionsmarketing etc.

Thurnher: Wissen Sie, es gibt auch Journalisten, die haben wir mehrfach eingeladen. Und die sagen: Nein, das überfordert mich, das traue ich mir nicht zu. Wir verlangen, wir erwarten natürlich auch viel von Leuten, und wenn sich die da reinsetzen müssen sie entweder eine Stunde lang gehalten oder eine sehr klare Position vertreten, sehr stark sein, und von Journalisten im Besonderen erwartet man natürlich, dass sie sehr eloquent sind.

Stoppacher: Und sehr pointiert formulieren. Das ist zum Beispiel etwas, was wir sehr oft versuchen, wir haben oft versucht, Kabarettisten einzuladen.

Höberth: Das ist sicherlich ein Problem.

Thurnher: Naja, aber die reden so viel über Politik, siehe Stermann/Grissemann oder Hader, Dorfer, Maurer, you name it. Es gibt ja sehr viele, die sich sehr pointiert mit Politik auseinander setzen, aber das ist etwas ganz Anderes.

Höberth: Die nehmen halt oft keine Position ein, sondern die kritisieren die Politik generell.

Stoppacher: Ja, genau. Sie bringen dann halt oft nicht das, was man erwartet.

Höberth: Okay, verstehe. Sie haben es eh schon angesprochen: Es gibt ja auch immer wieder Journalisten, die einem absagen, sozusagen einen Korb erteilen. Gibt es da vielleicht irgendjemanden, den ihr wirklich gerne da hättet, der aber immer nein sagt? Der es sich vielleicht auch nicht zutraut, wie Sie eben angesprochen haben?

Thurnher: Nein, das sind eher internationale Journalisten, die wir gerne da hätten, die dann aber sagen, nein, der österreichische Markt ist uns nicht so wichtig.

Stoppacher: Aber diese Menschen, die zweifeln, sind eher die Ausnahme. Die meisten meinen natürlich schon, dass sie das könnten und wahnsinnig gut sind.

Höberth: Das ist auch beim Fragebogen rausgekommen. Und spielt das Geschlecht bei der Einladungspolitik eine Rolle? Wenn mich nicht alles täuscht, war einmal in der Presse am Sonntag ein Artikel drinnen, darüber, dass Frauen schwer für solche Diskussionen zu gewinnen sind. Fördert ihr das bewusst?

Stoppacher: Fördern...Frauenförderung ist jetzt nicht unser Thema, aber wir wollen natürlich schon in unserer Runde, dass Frauen repräsentiert sind, möglichst in großer Zahl. Frauen können dasselbe wie Männer, bei Journalisten ist das genauso, also...

Höberth: Also die Vielfalt macht es, diese Bandbreite soll gegeben sein.

Thurnher: Genau.

Höberth: Dann ist mir noch aufgefallen, dass der Großteil der Journalisten, die bei euch eingeladen sind, aus den Printmedien kommen. Nicht primär die Boulevardmedien...

Stoppacher: Kommen auch ab und zu. Aber nicht so stark.

Höberth: Also konzentriert ihr euch sehr auf die Qualitätsmedien.

Stoppacher: Schon eher stärker.

Thurnher: Man muss auch sagen, es gibt bei den Boulevardmedien jetzt auch nicht die großen Kommentarschreiber...In Österreich schreibt außer dem Herrn Fellner niemand Kommentare...

Stoppacher: Schima?

Thurnher: Ja...Aber ansonsten eher weniger. Aber bei den großen Blättern, Presse, Standard, gibt es einen großen Pool an Leuten, die Kommentare schreiben und sich eben zum Kommentarschreiben auch meinungsbildnerisch betätigen müssen, weil wenn sie sich keine Meinung bilden können sie auch keine schreiben.

Stoppacher: Die Kommentare sind auch differenzierter. Wenn man so einen Presse- oder Standard Kommentar liest, ist er differenzierter und tiefergehend und analytischer als ein Kommentar, jetzt ohne Wertung, aus den Boulevardmedien.

Höberth: Und das ist ja auch eine wichtige Quelle für euch, ihr habt es ja angesprochen – da kann man ja dann auch einordnen, was denkt der Journalist zu dem und dem.

Thurnher: Genau.

Höberth: Und was naheliegend wäre – oder vielleicht auch nicht – ist, dass man sich mehr Fernsehjournalisten bedient. Von der Konkurrenz ladet ihr ja keinen ein, z.B. die Corinna Milborn, Puls 4.

Thurnher: Das wäre ja auch komisch, die hat ja selbst vorher hier gearbeitet.

Höberth: Das steht also dazwischen?

Thurnher: Naja...Ich meine ich werde ja auch nicht bei Puls4 eingeladen. Das wäre ja komisch.

Höberth: Verstehe ich auch! Also bedient ihr euch wirklich aus dem eignen Pool. Zum Beispiel der Herr El-Gawhary, der ist immer wieder zu Gast.

Thurnher: Das betrifft aber seine Kompetenz, als Kenner der Lage vor Ort.

Stoppacher: Er wurde in dem Fall nicht als Journalist eingeladen, auch wenn er Journalist ist. Aber nicht weil er Journalist ist, sondern weil er ein Kenner der Materie ist.

Höberth: Also kommt er in seiner Rolle als Experte. Wenn Sie Journalisten einladen – wo liegen die Vorteile? Wir haben es ja schon kurz angesprochen vorhin.

Thurnher: Das pointierte Formulieren auf jeden Fall, das Zuspitzen...

Höberth: Geht es auch um die Verfügbarkeit? Der Medienzirkus ist ja in Wien zu Hause. Die räumliche Nähe, spielt das eine Rolle?

Stoppacher: Nein, nicht wirklich. Selbst wenn sie in Graz zuhause wären oder Innsbruck würden wir sie auch holen, wenn sie wichtig wären.

Höberth: Und Nachteile?

Thurner: Sehe ich jetzt keine. Außer dass wir über die Jahre hinweg schauen müssen auf eine gewisse Ausgewogenheit. Dass wir immer nur von einer Zeitung Leute haben, würden wir aber auch nicht wollen.

Höberth: Und welche Themen sind für Journalisten besonders geeignet?

Stoppacher: Sicher bei politischen Themen stärker... Innenpolitik.

Höberth: Und zu welchen Themen würden Sie sie auf keinen Fall einladen. Gibt es solche Themen?

Stoppacher: Nein, man kann Journalisten zu allen Themen einladen. Die wissen immer etwas zu sagen.

Höberth: Stimmt, das ist ein Berufsleiden.

Thurner: Es ist ja ihr Job über alles und jedes irgendwie ein bisschen was zu wissen.

Höberth: Richtig! Ich denke z.B. an die Runde mit dem Herrn Stronach, das war glaube ich 2012, da waren drei Journalisten zu Gast,..., und der ist ja ein besonders schwieriger Gesprächspartner, der Herr Stronach. Steht das dann schon manchmal dahinter, dass man sich denkt: Hm, der Herr Stronach, das könnte schwierig werden. Da wären Journalisten doch geeignet, die kennen sich schon.

Thurner: Ehrlich? Ich glaube das war damals so – das war ja vor seiner Parteigründung – da wollte sich glaube ich kein politischer Vertreter mit ihm hinsetzen.

Höberth: So habe ich das befürchtet.

Thurner: Naja, oder?

Stoppacher: Ja, das war so. Und er kann ja nicht alleine diskutieren.

Höberth: Ja, zwei braucht es mindestens.

Stoppacher: Ja, sollte sein.

Höberth: Also so ist das zustande gekommen. Journalisten werden also ja als Experten eingeladen. Kann man sagen Journalisten sind Experten für alles?

Stoppacher: Nicht jeder für alles. Da gibt es nach Bereichen schon unterschiedliche Experten, im Wirtschaftsbereich oder im inner- oder außerpolitischen Bereich, da achten wir schon drauf. Die meisten, die wir haben, kommen natürlich aus dem innerpolitischen Bereich. Und da gibt es auch Abstufungen – wenn es um Verfassung, das große Ganze etc. geht, fallen uns bestimmte ein, und wenn es um Parteien geht, die wir analysieren sollen, andere.

Höberth: Das ist eine gute Überleitung zu unserer nächsten Frage: Habt ihr einen Pool aus Journalisten, aus dem ihr schöpft?

Stoppacher: Da sind wir total offen. Ja, aber das verändert sich auch. Die Leute verändern sich, wechseln von Verlag zu Verlag. Wir verfolgen die Medienlandschaft und schauen, wer passt.

Thurnher: Was für mich z.B. ein bisschen verloren gegangen ist, sind diese großen alten Medienpersönlichkeiten, die großen Herausgeber. Diese großen, großen Stimmen, die fehlen bei uns ein bisschen. Ich weiß nicht, wo die Bronners und so hinverschwunden sind.

Stoppacher: Früher waren das die Chorherren, die Bronners, die Schulmeisters...

Höberth: Die Frau Rohrer wäre da ja auch so eine Kandidatin...

Stoppacher: Ja, genau, sie ist ja auch immer wieder mal bei uns zu Gast.

Thurnher: Aber ansonsten sind wir immer dankbar für neue Gesichter. Es tritt aber auch wieder ein Punkt von vorhin in Kraft, nämlich aber welchem Level der Erfahrung trauen sie sich das selber zu und sind auch fit genug, denn, das muss man ja auch sehen, sie treten da ja auch Spitzenpolitikern gegenüber, die richtige Schlachtrösser der Politik sind und mit allen Medienwassern gewaschen sind, und es ist ja nicht so leicht, so jemandem in einer Livediskussion Paroli zu bieten, da muss man schon ein starkes, selbstbewusstes Auftreten haben und man muss wissen, dass man vom eigenen Medienhaus oder Verlag auch die Rückendeckung hat, wenn man da öffentlich auftritt. Ich denke schon auch, das ist nicht so ohne, so einen Auftritt hinzulegen.

Stoppacher: Es berichten auch die Journalisten aus den Redaktionen, dass das gar nicht so einfach ist, wenn man da auftritt, weil man da ja auch die Anfeindungen der Kollegenschaft im eigenen Haus hat.

Höberth: Man darf nicht vergessen, dass das ein Konkurrenzgeschäft ist. Die sehen es auch wirklich als Renommée an, wenn sie da ins Fernsehen eingeladen sind, und da kann ich mir schon vorstellen, dass es da zu Reibereien und Eifersüchteleien kommt.

Thurnher: Daher sind es auch tendenziell die Chefredakteure oder Ressortleiter, die bei uns zu Gast sind.

Höberth: Ich hab mir die Aufzeichnungen zwischen 2011 und 2015 angesehen, und da war jedes Jahr eine Runde dabei, wo drei Journalisten dabei waren. Ist das so Tradition, oder macht ihr Journalistenrunden, oder ergibt sich das einfach so?

Thurnher: Es gibt immer wieder so Gelegenheiten, so 100 Tage nach der Wahl oder so, Anlässe, wo wir sagen, da sollten wir mal wieder einen etwas größeren Blick wagen, unterschiedliche Sichtweisen darauf legen. Wenn man jetzt eine politische Runde macht, muss man wieder von allen Parteien jemanden einladen, das hat etwas Redundantes. Da lade ich lieber ein paar Journalisten ein. Die einen sagen, die Regierung macht sich toll, die anderen sagen, es wird bald Neuwahlen geben oder so, und dann kann man lustvoll – das ist ja etwas, das Journalisten irrsinnig gern machen, zum Gaudium des Publikums so ein bisschen spekulieren, wie ein Ärztekollegium, das über einen komplizierten Fall berät, so Dr. House-mäßig irgendwie.

Stoppacher: Dr. Medien-House.

Thurnher: Auf welchen Befund einigen wir uns hier...

Höberth: Ja, ich denke, das machen sie gern, und deswegen sind sie ja auch gute Medienpersönlichkeiten.

Stoppacher: Und sie bringen ja auch einmal etwas Unerwartetes, Überraschendes. Wenn man Parteifunktionäre einlädt, dann weiß ich ja vorher ganz genau, was er sagen wird, das überrascht mich ja nicht.

Höberth: Der will auch gar nicht, darf auch gar nicht.

Stoppacher: Und ein Journalist wählt auch mal ein bisschen schräge Zugänge und Formulierungen, und das kann erfrischend sein.

Höberth: Dann habe ich mir noch ganz Banales überlegt, Dinge die vielleicht auch zum Tragen kommen können. Zum Beispiel, wenn Journalisten zu Gast sind, wird das ja nicht finanziell abgegolten werden. Spielen demnach auch Kosten eine Rolle.

Stoppacher: Nein.

Höberth: Und kommt da auch Ihr persönliches Netzwerk zum Tragen? Sie kennen ja auch Journalisten, und wenn man in dem Bereich arbeitet...

Stoppacher: Wir kennen die natürlich auch persönlich und aus privaten Gesprächen...

Thurnher: Die lernt man dann halt über die Jahre kennen.

Höberth: Und ergibt sich dann aus persönlichen Gesprächen zum Beispiel auch, dass man sich denkt: Ja, den könnte ich doch einmal zu diesem und jenem Thema einladen? Empfiehlt sich da vielleicht auch selbst mal jemand?

Stoppacher: Es soll jetzt nicht so im Sinne von „Verhaberung“ rauskommen, nicht dass man sagt, okay, mit dem bin ich abends auf ein Bier unterwegs und der ist mein Lieblingsjournalist und den lade ich dann ein. Ich glaube, das wäre keine gute Herangehensweise.

Höberth: Ihr wollt euch also auch davon klar abgrenzen können.

Thurnher: Na, er muss auch was beitragen können, also wenn der nett ist und man geht abends auf ein Bier ist das eine Sache, aber in der Sendung, da muss der performen, da spielt alles andere eigentlich dann keine Rolle.

Höberth: Wunderbar, dann haben wir das auch. Gibt es unter den Journalisten, die ihr im Netzwerk habt, jemanden, wo ihr sagt, den kann ich immer anrufen, auf den kann ich zählen?

Stoppacher: Jaja.

Höberth: Also, so, dass man sagt, da hat man ein bisschen ein Fallnetz. Dass persönliche Gefallen vielleicht auch ein bisschen reinspielen können.

Thurnher: Das würde ich so nicht sagen, „persönlicher Gefallen“. Die haben was davon, wir haben was davon, und das ist das Geschäft, und überhaupt nicht das Persönliche, oder? So funktioniert das.

Stoppacher: Ja, aber das ist ja immer eine Möglichkeit, wenn wir sagen, okay, da kriegen wir jetzt überhaupt keine Runde zusammen – versuchen wir es doch mit ein, zwei Journalisten als Garnierung, wie wir immer despektierlich sagen...dass wir immer wen im Netzwerk haben, das ist so dicht, den wir fragen können.

Thurnher: Und nachdem wir ja auch wissen, dass die sich freuen, wenn sie bei uns auftreten können, ist das meistens von Erfolg gekrönt.

Höberth: Warum glauben Sie – jetzt aus der anderen Perspektive – dass Journalisten teilnehmen? Haben Sie schon einmal ein Feedback gehabt? Oder was stellen Sie sich hier persönlich vor?

Stoppacher: Ich glaube, dass Journalisten eine gewisse Eitelkeit nicht fremd ist.

Höberth: Das zeigt auch die Literatur!

Stoppacher: Und im Fernsehen vor einer halben Million Menschen aufzutreten, live, ist ja etwas, wo man dann bekannt wird und wenn man dort auch seine Überlegungen präsentieren kann – und nicht nur im eigenen Blatt – dann ist das natürlich eine Herausforderung und auch eine Möglichkeit, über den Tellerrand hinaus zu wirken.

Thurnher: Alleine die Werbewirksamkeit für das eigene Blatt ist wahrscheinlich das Nächste. Man muss sich überlegen... Es ist ja nicht so, dass die wirtschaftlichen Zeiten für Zeitungen so toll sind, dass wahrscheinlich jede Maßnahme zum Verbreiten der Marke irgendwie genutzt wird. Das finde ich ganz normal.

Höberth: Das ist ja auch legitim, man muss ja auch etwas für sich tun.

Thurnher: Na sicher.

Höberth: Und Sie begleiten die Sendung ja jetzt schon mehrere Jahre. Würden Sie sagen, dass über die Jahre mehr Journalisten eingeladen worden sind, also dass das steigt? Oder war es immer schon so, dass man gerne auf Journalisten zurückgegriffen hat und dass sie gerne zu Gast waren?

Stoppacher: Also soweit ich auf die sieben Jahre zurückblicken kann, in denen ich verantwortlich bin, würde ich jetzt keine signifikante Veränderung feststellen.

Thurnher: Ich habe auch nicht den Eindruck, dass es mehr geworden ist, ich habe den Eindruck, dass es in Deutschland sehr viel mehr geworden ist über die Jahre, weil dort die Zahl der Talkshowformate so extrem gestiegen ist. Und die muss ich natürlich auch bestücken, die wollen ja auch nicht den Wanderzirkus und jedes Mal die gleiche Runde in jedem Sender haben. Und deswegen glaube ich, in Deutschland ist es schon sehr viel mehr geworden. Bei uns... wir haben ja auch einen sehr begrenzten Pool. Wir haben ja jetzt nicht tausend Journalisten.

Höberth: Die Medienlandschaft ist eben überschaubar. Und bei den ganzen Sachen, die man noch mitbringen muss, macht es das auch nicht leichter.

Thurnher: Genau.

Höberth: Für Sie als Moderatorin: Wie ist es denn, Journalisten als Gast zu haben?

Thurnher: Gut! Auf die kann man sich immer verlassen. Es gibt durchaus auch Konfliktpotenzial; ich war mir zuletzt mit einem Journalistenkollegen nicht ganz darüber einig, wie denn die Betrachtung der Kandidatur von Herrn Lugner bei der Bundespräsidentenwahl zu bewerten sei, medial. Und der Kollege hat dann in der Live-Sendung sehr heftige Kritik am ORF geübt. Ja, wenn er meint, er muss das machen, wenn er in einer ORF-Sendung zu Gast ist... Kam jetzt nicht so gut an, muss ich ehrlich sagen, das wirkt ein bisschen komisch. Aber gut, soll sein, ist ja kein Beinbruch. Aber im Wesentlichen kann man sich darauf verlassen, dass die eine seriöse Performance abliefern, dass die pointiert sind, dass die präsent sind, dass sie mitmachen wollen. Die wollen diskutieren! Das ist ja auch ein riesen Punkt: Manchmal lädt man Politiker ein, die haben dann das Gefühl, sie sind verpflichtet hierher zu kommen, sie müssen halt irgendwie den Standpunkt vertreten, obwohl ihnen das gar nicht recht ist. Aber bei Journalisten weiß ich einfach: Die lieben das, die haben Lust an der Auseinandersetzung, an der Kontoverse, das ist Teil ihres Geschäfts und das ist einfach ein Vergnügen. In den allermeisten Fällen ist es großartig.

Höberth: Es gibt in der Theorie zu Diskussionsformaten einen Ansatz, der sagt, dass Moderatoren eine besondere Rolle haben in Diskussionsformaten. Da wäre halt auch Vermutung: Die Journalisten sind eben wirklich Alphatiere. Passiert es auch, dass einem die das Ruder aus der Hand nehmen wollen in der Diskussion? Oder bleiben die auf ihrem Platz, sozusagen.

Thurnher: Ich hatte nicht den Eindruck. Das ist ja ganz etwas anderes, die sind ja dann wirklich als „moralische Autoritäten“ gefragt oder als wirkliche Kenner der Szene. Die sind in der Rolle, Antworten geben zu dürfen, nicht Fragen stellen zu müssen. Da ist eine ganz andere Rollenverteilung da. Sie sind da, dank ihrer Fachkompetenz, und nicht als Journalist, der dann der Fragesteller ist. Gar nicht. Sie dürfen antworten, und das ist doch auch schön.

Höberth: Und bei der Inszenierung – das spielt ja auch immer eine große Rolle...

Thurnher: Ja, klar.

Höberth: Überlegen ihr euch da schon sehr genau: Wo sitzt der Journalist? Das kommt natürlich auch aufs Thema an.

Stoppacher: Es ist nicht so, dass er einen fixen Platz in der Runde hat.

Höberth: Und grundsätzlich: Überlegt ihr euch dann schon sehr genau, wo ihr wen hinsetzt?

Thurnher: Ja, freilich! Die Hauptprotagonisten der konträren Positionen sitzen immer links und rechts von mir, und außen tun wir dann – man könnte sagen die Sekundanten – die auf der Linie sind, die anderen, die auf der Linie sind. Dann haben wir immer eine fünfte Position, das ist die Expertenposition. Die sitzt aus Platzgründen halt auf dieser Seite (deutet nach links).

Stoppacher: Das hat sehr viel mit Regie auch zu tun, und Kamerapositionen, um das auch darzustellen. Deswegen machen wir das.

Höberth: Also für die Maschinerie drumherum.

Stoppacher: Genau.

Höberth: Und beeinflussen diese Sitzpositionen die Diskussion?

Stoppacher: Ja sicher.

Thurnher: Total!

Stoppacher: Standpunkt und Sitzpunkt bestimmt den Standort, wie es so schön heißt.

Thurnher: Wenn man sich gegenüber sitzt, tut man sich viel leichter, sich gegenseitig zu attackieren, als wenn man nebeneinander sitzt. Das ist ganz schwierig. Wir haben auch manchmal Diskussionen gehabt, wo die Leute die Besetzung kannten und dann gesagt haben: Ich will aber nicht neben dem sitzen.

Stoppacher: Durch die Darstellung dann im Fernsehen – Kameraregie – schaut ja das dann so aus, dass man dann auch auf dieser Seite ist. Wenn es um ein politisches Thema geht, glaubt man, der gehört irgendwie dazu.

Höberth: Also wollen sich manche ganz klar abgrenzen.

Stoppacher: Ganz genau.

Thurnher: Auch bei der Gästeüberlegung muss man sagen, dass die Antwort nicht allzu selten kommt: Ich komme nur, wenn der und der auch kommt. Oder ich komme aber nur, wenn der und der nicht kommt. Mit dem diskutiere ich nicht

Stoppacher: Mit dem setze ich mich aber nicht hin.

Höberth: Also es ist wirklich schwierig, da eine Konstellation zu finden, wenn persönliche Wünsche da auch noch miteinfließen sollen.

Stoppacher: Und da wundern wir uns alle, warum wir trotzdem eine Sendung zustande bringen.

Höberth: Richtig, Sonntag neun Uhr!

Stoppacher: Spätestens dann sollten wir schon wissen, wer da sitzt.

Höberth: Und Sie, Frau Thurnher: In welchen Diskussionsrunden würden Sie gerne auftreten? Wo würden Sie ja sagen, wenn Sie eingeladen werden?

Thurnher: (Lacht) Dann drehe ich jetzt das um und sage: Wenn ich selber Gäste einlade, dann erwarte ich von denen, dass sie zu dem Themengebiet, zu dem ich sie einlade, wirklich etwas zu sagen haben. Und wenn ich eingeladen werde zu Themen, bei denen ich mich wirklich gut auskenne, dann gerne. Aber ich würde mich nicht hinsetzen, um irgendwelches belangloses Zeug zu irgendetwas von mir zu geben. Ich möchte schon über ein Thema reden, wo ich das Gefühl habe, das ist genau meins.

Höberth: Die Kompetenz wurde auch im Fragebogen angesprochen. Da könnte man sich ja auch blamieren.

Thurnher: Richtig.

Höberth: Werden Sie eigentlich eingeladen?

Thurnher: Nein, das wäre ja komisch! Also nicht on air, manchmal zu Podiumsdiskussionen.

Stoppacher: Mediendiskussionen.

Höberth: Also jetzt nicht im Fernsehen. Gut, ist auch schwierig, wenn man die Moderation einer Sendung hat.

Stoppacher: Und als Kommentatorin bist du eingeladen worden, vom ZDF.

Thurnher: Achso, das war die eine Geschichte... Das war nach der Bundespräsidentenwahl, da hat es so eine Liveschaltung gegeben zum ZDF, wie das Ergebnis zu werten ist. Das habe ich dann schon gemacht. Wie wenn wir jetzt jemanden aus Deutschland zuschalten würden.

Stoppacher: Einen Journalisten zum Beispiel, um die Landtagswahl zu bewerten.

Höberth: Der ORF hat ja auch den Kundenservice. Gibt es da Rückmeldungen auf Auftritte von Journalisten?

Stoppacher: Also wir lesen uns immer die Protokolle durch. Da gibt es jede Menge Rückmeldungen auf unsere Sendungen, aber nicht speziell auf irgendwelche Journalisten.

Thurnher: Doch! Christian Rainer, lila Socken, beim Gespräch mit Stronach!

Stoppacher: Stimmt! Das Einzige, was mir einfällt! Keiner hat gesagt, wie er ist, aber er hat seine Beine ausgestreckt und man sah seine lila Socken. Also auf das nehmen die Leute Bezug.

Höberth: Also die lila Socken waren der Reißer! Und wenn ihr jetzt Journalisten einladet: Habt ihr davon nicht auch den Nutzen, dass das dann mit einer Berichterstattung verbunden ist?

Thurnher: Ja.

Höberth: Also man kündigt ja schon gerne an: Unser Redakteur, der Herr Koller, ist bei „Im Zentrum“ zu Gast. Also es bringt einen Doppelnutzen.

Thurnher: Ich hoffe.

Stoppacher: Nicht immer in der Größenordnung, aber es wird dann oft erwähnt. Und eine Geschichte wird stärker gecovered, als wenn der nicht dabei ist.

Höberth: Und im Idealfall auch nach der Sendung nochmals abgehandelt.

Thurnher: Auch das ist möglich.

Höberth: Ist Ihnen sonst noch irgendetwas zu dem Thema wichtig?

Stoppacher: Nein, soweit, so gut.

